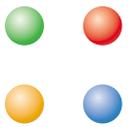


CSRレポート 2005

2004.04.01 - 2005.03.31

Kao Corporation



よきモノづくりを通じて、豊かな生活文化の実現に貢献していきます。

花王のCSRの考え方

花王は、「消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある、豊かな生活文化の実現に貢献する」という企業使命の遂行を通して、社会の持続的な発展に貢献するCSR活動をグローバルに推進します。

“よきモノづくり”においては、商品開発、調達、生産、流通、使用、廃棄のそれぞれの段階で、社会の持続的発展の視点から「経済、環境、社会」の要素を評価し、改善に努めます。

必要な情報を、正確、迅速かつ公平に開示し、消費者・顧客を始めとする多様なステークホルダーとの対話を通じて社会の視点から常に自らの活動をチェックし、企業活動の公正さと透明性を高めます。

「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を活動の基本におきます。

お読みいただくにあたって

本レポートは、花王の事業活動をCSR(Corporate Social Responsibility: 企業の社会的責任)の視点から紹介するものです。内容は、2004年度の日本国内の活動を中心とし、さまざまなステークホルダーの皆さんとのコミュニケーションツールとして活用していきます。

●「環境安全・社会報告書」から「CSRレポート」へ

花王では1998年から「環境・安全報告書」を、2004年には「環境安全・社会報告書」を発行し、環境への取り組みおよび情報開示の充実に努めてまいりました。本年からは標題を「CSRレポート」に改め、今回は花王を取り巻くステークホルダーの方々に関する報告およびマネジメント体制の報告を充実させました。

●読みやすさへの配慮・ステークホルダー別の報告

本レポートは消費者、顧客、取引先、地域社会、株主の皆さんや社員など、幅広い方々の興味や関心を考え、章構成、レイアウト、図表、配色などを工夫しまし

た。特集「よきモノづくり」で花王全体の取り組みを、「ステークホルダーとともに」の章で各ステークホルダーとの関わりをまとめました。また、社員の顔や活動の姿がみえるように、職場の担当者コラムや写真の掲載、活動トピックスの充実を図りました。

●信頼性への配慮

2003年より継続して第三者審査を受けています。本年は(株)トーマツ環境品質研究所による第三者審査を受けています。また、有識者による2004年版報告書を読む会を実施し、ご意見を本レポートに反映するよう努めています。

●参考にしたガイドライン

・GRI「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン 2002」

・環境省「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」

・環境省「環境会計ガイドライン2005年度版」

●**会社概況** (2005年3月31日現在)
 商号：花王株式会社(Kao Corporation)
 本社所在地：東京都中央区日本橋茅場町一丁目
 14番10号
 創業：1887(明治20)年6月
 設立：1940(昭和15)年5月
 資本金：854億円
 従業員数：5,600人
 代表者：代表取締役 社長執行役員
 尾崎元規

●**報告範囲**
 [対象組織] 上記記載の花王株式会社を基本としています。国内花王グループを含む場合は文中に明記しました。海外グループ会社工場については環境パフォーマンスおよびISO認証取得データのみデータ集に記載しています。
 [対象期間] 実績データは2004年度(2004年4月1日～2005年3月31日)ですが、活動内容は一部2005年度も含まれます。
 [対象分野] 花王の事業分野に記載(P.56)の事業内容に関わるCSR活動の内容。
 ※昨年以前の環境データについて、四捨五入の取り扱いに関して統一化を図りました。今後は本レポートの数値にて報告します。
 ※経済パフォーマンスデータ詳細は「Annual Report 2005」および花王ホームページ投資家情報(<http://www.kao.co.jp/corp/ir/>)をご参照ください。
 前回報告書発行：2004年7月
 次回発行予定：2006年7月
 ホームページアドレス：
<http://www.kao.co.jp/corp/>

CONTENTS

● トップメッセージ	2
● 特集・よきモノづくり	4
花王のあゆみ	4
商品にみる花王の社会・環境への配慮	6
消費者起点の商品開発	8
生産活動における取り組み	10
ステークホルダーとの対話	12
2004年度CSR活動ハイライト	14
● マネジメント体制	16
コーポレートガバナンス体制	18
コンプライアンス体制	20
品質保証体制	22
RC活動推進体制	24
● ステークホルダーとともに	26
消費者との対話	28
顧客との対話	30
社員との対話	32
地域社会との対話	36
サプライヤーとの対話	40
株主・投資家との対話	41
● 地球環境とともに	42
商品の環境配慮	44
容器包装の環境配慮	46
化学物質管理	48
生産活動での環境負荷低減	50
物流における環境負荷低減	52
● データ集	53
● 第三者審査報告書	69

社会との対話を通じて、より開かれた企業に。

企業の理念に立脚したCSR

私たち花王は、事業活動そのものである“よきモノづくり”を通じて社会に貢献するという志をもって、110年あまりの歴史を歩んできました。そして、その志が企業の一方向的な思い込みに終わることのないよう、絶えず消費者をはじめとするステークホルダーの皆さんの声に耳を傾け、社会の一員としてその責任を果たすよう努めてきました。

私たちは、昨年10月、このように過去から培ってきた伝統と、将来への展望の2つを視野に入れながら、花王の企業文化・精神を、あらためて企業理念「花王ウェイ」としてまとめました。そして、企業の使命である「豊かな生活文化の実現」が、CSR活動の基本であることを確認しました。

また、花王ウェイには「正道を歩む」という価値観を明記しましたが、これは花王の創業者、長瀬富郎の「天祐は常に道を正して待つべし」という遺言の一節によっています。正道を歩むとは、コンプライアンス（法令遵守）をはじめとする企業行動倫理を守り、実直、誠実に仕事を行う姿勢を指し、花王のCSR活動の原点、アイデンティティともいうべきものです。

花王のこれまでの取り組み

花王の事業は、消費者の皆さんに親しまれている、清潔で美しくすこやかな暮らしに役立つ家庭用製品・化粧品と、化学の分野で産業界の発展に寄与する工業用製品の2つに分けることができます。この2つの事業は研究開発や生産の領域では大きなシナジーを発揮しており、花王は日用品メーカーと化学品メーカーという2つの側面をもっています。

社内のさまざまな部門では、これまでもCSRに関わる取り組みを継続してきました。たとえば商品の開発では、消費者との深い対話を繰り返し、環境への配慮では、生産活動における環境負荷の低減に努めてきました。これらの活動の内容と活動に込めた私たちの“想い”を、本レポートの特集「よきモノづくり」としてまとめました。

CSR推進体制と今後の課題

昨年7月にはCSR推進部を新設し、同時にCSR委員会を発足、私が委員長に就任しました。これは、従来、主に各部門ごとに行ってきたCSRに関わる取り組みを、全社の活動のなかに明確に位置づけ、組織的に推進するためです。

最初の1年は、花王のCSRの考え方を社内で共有し、課題を抽出することに注力してきました。そのなかから、取引先の皆さんとの協働を視野に入れたサプライチェーンにおける環境と社会的課題への対応、社員の多様性をより活かす職場づくりなどを当面の重点課題としました。さらに少子高齢化の進展といった社会共通の課題に積極的に関わる商品の開発も、今後の大きなテーマです。

また本レポートは、2004年度の活動をまとめたものですが、その報告範囲は日本国内にとどまっており、グローバルな花王グループ

として活動を推進し、情報をまとめ、公にすることも課題の1つと認識しています。

「グローバルコンパクト」に参加

こうした方針に基づく今後のCSR活動を通して、私はいまいちど広く社会の視点から花王の事業活動を見直し、さらなる仕事の革新につなげていきたいと考えています。

また同時に、さまざまなステークホルダーの皆さんとのより積極的な対話や、芸術・文化支援などの社会貢献活動を通じて、より社会に開かれた顔のみえる企業となるよう努めてまいります。このレポートはそうした皆さんとの対話のツールの1つです。ぜひご一読いただき、率直なご意見をお聞かせいただきたいと思います。

花王の経営責任者として、私は皆さんの声に耳を傾けながら、健全な事業活動を推進し、社会の発展と地球環境の保全に貢献してまいります。

2005年4月、こうした意思を社会に向けて宣言する意味も込めて、花王が国連の提唱する「グローバルコンパクト」への参加を表明したことを最後にご報告いたします。

2005年7月

花王株式会社

代表取締役 社長執行役員

尾崎 元規



1890年の「花王石鹸」発売以来、 豊かな生活文化への貢献をめざしてきました。

明治23(1890)年に最初の化粧石けんを発売して以来、花王は洗剤をはじめとする家庭用製品、油脂製品をはじめとする工業用製品などの分野で事業を拡大してきました。

そのあゆみは、常に「清潔で美しくすこやかな暮らし」へ貢献するという想いとともにもありました。

創業者の想い～国産高級石けん「花王石鹸」誕生～

1890年、国産石けんの低品質を憂いた創業者・長瀬富郎による「花王石鹸」の発売。ここから「よいものを、適正な価格で、一般消費者の手に届けたい」という想いがスタートします。石けんを一般に広めてから90年後の1980年、花王は肌にマイルドな洗顔料「ビオレ」を発売。石けんに代わる洗顔フォームという概念を広め、その後も洗顔、入浴の新しい習慣を次々に提案しています。時を経ても創業者の想いは受け継がれています。



日本に「シャンプー」を定着

1932年、「花王シャンプー」(固形)を発売。シャンプーという言葉が日常語として定着させるきっかけとなりました。その後「花王テンドー」でリンスを家庭に普及。現在、誰もがなげなく行っているシャンプー、リンスの習慣には、少なからず花王が貢献しているのです。



電気洗濯機の普及とともに

1951年、「ワンドフル」を発売し、石けんから合成洗剤へと衣料用洗剤の流れを変えた花王は、87年、世界初のコンパクト洗剤「アタック」を発売しました。「アタック」はバイオ技術を応用した強力な洗浄力と従来サイズの1/4のコンパクトさを備え、ふたたび洗剤の市場を大きく変えました。



絶えざる家事の革新

1960年、わが国初の住居用洗剤「マイベット」を発売後、花王は用途に応じた住居用洗剤の開発を進めています。94年には、当時急速に増えたフローリング床の掃除に最適な「フローリング用クイックルワイパー」を発売。生活様式の変化にも、常にすばやく対応してきました。



産業界の発展への寄与

1928年、石けんの原料である油脂の研究成果と精製技術を結実させ、業務用食用油脂「エコナ」を発売。そのほか、コンクリート減水剤、脱墨剤、フロン代替剤、複写機用トナーなど、産業界の発展とともに、環境のことも考えた製品を提供しています。



より快適な暮らしのために

1979年、高吸水性ポリマーを世界で初めて消費者向け商品に活用し、新しいタイプの生理用品「ロリエ」を発売しました。その技術を幼児用紙おむつ「メリーズ」にも応用。90年には、大人用紙おむつ「リリーフ」を発売し、高齢化という社会の変化にも対応しました。



さらなる美しさへの貢献

1980年代、美しさを追求する事業にも本格的に参入しました。それまでの装うだけの化粧ではなく、肌にとって本当によいものを求め、徹底した皮膚科学研究から誕生した基礎化粧品「ソフィーナ」を提案。女性のことを考え、肌へのやさしさと美しさを両立させました。



新たな社会ニーズへの対応

1999年、高まる健康志向に合わせ、ヘルスケア製品の発売を開始。「エコナクッキングオイル」は厚生労働省の特定保健用食品として認可されました。さらに2003年、茶カテキンを豊富に含む「ヘルシア緑茶」(特定保健用食品)を発売。常に新たなニーズに対応し、新しい価値を生み出し続けています。



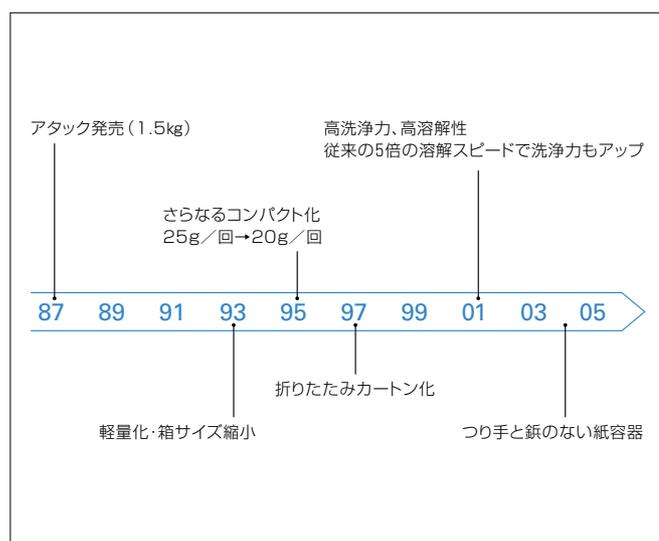


たとえば、アタック1箱にも 花王の社会・環境への想いがあふれています。

メーカーにとっての第一の社会的責任は、商品を通じた社会への貢献です。花王の社会的責任に対する想いは、一つひとつの商品に、確実に反映されています。花王の代表的な商品のひとつである衣料用洗剤「アタック」を例に、花王の社会・環境への配慮をご紹介します。

アタックに込められた社会や環境への配慮

アタックは1987年に市場に登場した、世界初のコンパクト洗剤です。容積がそれまでの1/4になったことは、単に運びやすさを高めただけでなく、さまざまな環境負荷を低減しました。また、バイオ技術を応用した新しい酵素の開発により、洗浄力も飛躍的に高まった革新的な商品でした。以来、これまでに20回以上の改良を重ね、洗浄力だけでなく、社会、環境に対する配慮もそのつど、見直してきました。



透きとおるような白さ

活性バイオ酵素「アルカリセルラーゼ」を開発。繊維に閉じ込められた汚れに働きかけるメカニズムにより、洗浄力を革新的にアップしました。また、成分の濃縮化により「スプーン一杯で驚きの白さ」を実現しました。



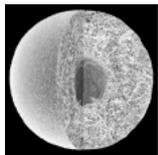
計りやすさ

洗剤を使いすぎないように、計りやすい計量スプーンをつけたのも「アタック」が最初です。省資源・省エネルギーや、洗たく排水の環境への負荷の低減に貢献しています。



溶けやすさ

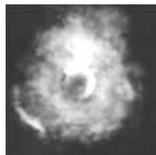
最近の洗たく機は、節水・時短・省エネ化が進んでおり、より多くの洗たく物をより少ない水で短時間に洗う傾向になっています。その変化に対応し、短時間で溶けてすばやく洗浄力を発揮するよう改良を加えました。



マイクロ粒子



水と接触



粒がはじけて
すばやく溶解

分別しやすさ

2004年春に改良新発売した「アタック」は、つり手と鋸のない紙容器にし、ごみに出すときの分別の手間をなくしました。折りたたみも容易にできるよう、設計されています。紙箱、ふた、スプーンは再生材料を使用し、資源の有効利用にも寄与しています。



環境効果

コンパクト化と成分の濃縮化により、コンパクト化（1987年）以前の洗剤と比べると、洗剤使用量は水30ℓ当たり50%、包装材料は1箱当たり重量で64%、体積で80%を削減。また、生産エネルギーを44%削減、輸送時の積載数をパレット当たり3.6倍に向上することができました。



コンパクト化以前の洗剤と比較



「アタック」を使うことの トータルの満足をめざして

ハウスホールド事業部 坂 光宣

消費者の変化をとらえ、たゆまぬ改良と提案を行うためには、自ら生活現場に入り込み、消費者が求めるものを現場で探り出すことが基本です。商品性能に対する満足だけでなく、「アタック」を使うことによって気持ちまで満足していただけることを念頭におき、よきモノづくりを行っています。一人でも多くの方々に、これからも「アタック」がいちばんと思っていただけるよう日々努力を重ねていきます。



消費者満足を高めるため 積極的な交流をモノづくりに活かします。

花王の想いは、何よりも消費者に満足してお使いいただける商品をお届けすること。これを確実に実行するために、商品の開発から発売後のフォローまでのあらゆる段階で、消費者の声をうかがう機会をつくり、社員一人ひとりが、消費者視点に立った商品の開発と育成を徹底しています。

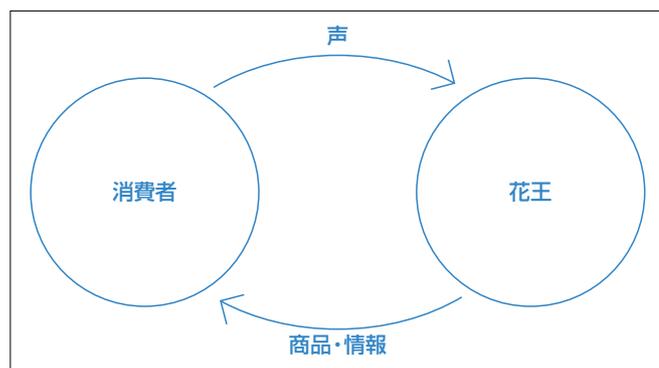
研究・技術開発のシーズと、消費者のニーズの融合が 花王の商品づくりの基本

消費者との交流を通じて、どんな商品が求められ、より豊かな生活に貢献できるのかという消費者のニーズを探り出す一方、そのニーズを実現する商品開発の鍵となる技術の「種＝シーズ」の開発にも積極的に取り組んでいます。ニーズ探索力とシーズ開発力は、花王のモノづくりの車の両輪といえます。どんな商品が社会に必要なかを探る探索段階、商品を実際につくり出す開発段階、そして市場に出

た商品をよりよくしていくためのフォロー段階のすべてにおいて、ニーズとシーズをすり合わせるために、消費者と常に対話し、よきモノづくりに活かしています。

- 花王の研究開発活動HP

<http://www.kao.co.jp/corp/rd/>



探索段階



よきモノづくりは消費者とのコミュニケーションを通して、そのニーズを知ることから始まります。そのため、商品開発とマーケティングを担当する事業部門ではグループインタビューや家庭訪問を行って、

消費者が家庭生活でどんな商品を望んでいるのかを徹底的に調査しています。また、消費者の生活の実態や意識の変化を深く研究する花王生活文化研究所では、一人ひとりの消費者(消費者モニター)や、各界の有識者との交流活動を柱としています。

開発段階



商品開発では、研究・技術開発のシーズを活かした、花王独自の商品の開発に努めると同時に、徹底した消費者調査を行い、消費者満足を実現する商品になっているかを確認します。たとえば、頭髮に関

する研究開発を行うヘアケア研究所では、試作品を消費者に使用してもらい、その評価を研究・技術開発の現場にフィードバックして、商品の機能や性能を高めていきます。

フォロー段階



消費者からの商品についての問い合わせに対応する消費者相談センターには、年間約12万件の消費者の声が寄せられます。それらの声を積極的に取り入れ、商品開発に

反映させるため、1978年にはその情報を蓄積するデータベース「花王エコシステム」を導入し、データは全社で共有されています。消費者の声を分析し体系化することで、商品の開発や改良に役立てています。



消費者の皆さんと同じ目線で

パーソナルケア第1事業本部 長谷川尚一

商品に対する消費者評価のなかでいちばん大切だと感じているのは、消費者が商品を見て、すぐに使用しているときのことを想像できるか、使ったあと、想像を裏切っていないかということ。消費者の気になること、悩み、不安といった要素を発見できるかです。特にターゲットとなる方の生活実態、商品を使うときの気持ち、商品から得られる満足感や安心感など、使う側とおなじ目線で活動するよう心がけ、共感を得ることをめざしています。



自分が買いたいと思える商品を

ヘアケア研究所 ヘアケア美容センター 佐藤恵美

私たちはさまざまな髪の毛の感触を知っています。それを商品開発にフィードバックするのが、美容師として研究開発に携わる自分の仕事と考えています。シャンプーの泡質や、すすぎ時のきしみ感、乾燥後の感触など、何十種類もの試作品を消費者モニターの方の髪や自分自身の髪で実際に試します。このように消費者の声を聞きながら、最後は自分自身が消費者の立場に立って、買ってみたいと思えなければ、商品は完成しません。



まずはお話を聞くことから

消費者相談センター 亀田紀枝

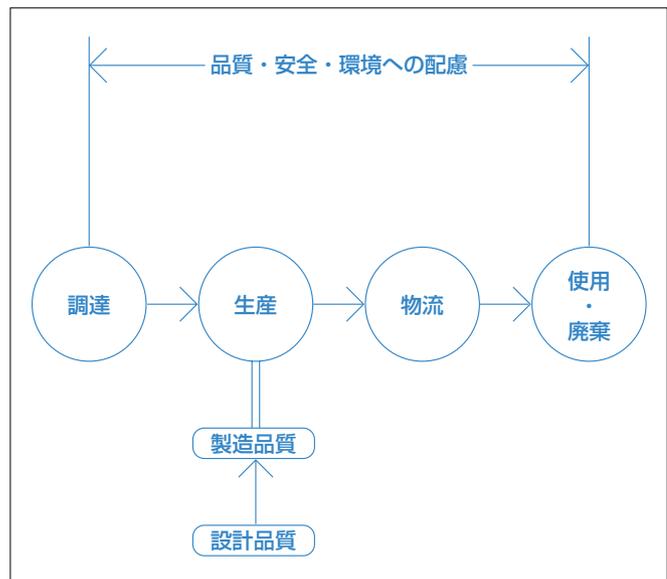
日々の相談対応では、まず消費者の皆さんの「商品に対する想い」を受け止め、消費者の立場に立って話を聞きます。どこが不快、不都合だったのか、どう対処すれば回復するのか、次回はどうすれば上手に使えるのかなど、トータルにご意見をうかがいます。お申し出の内容がよくわからない場合は、消費者宅を訪問して原因究明や回復を試みることも少なくありません。件数の少ない声、遠慮がちな声にも多くのヒントがあり、どんな声にもいいに耳を傾けるよう努めています。



モノづくりのあらゆる段階で 品質・安全・環境への配慮を徹底しています。

信頼される商品を消費者に提供するため、花王は商品の開発段階でつくり込まれた「設計品質」を製造工程で確実に実現すべく、「製造品質」の徹底的な管理を実施しています。一方、工場の近隣住民の安心な暮らしを妨げないように、また社員が安全に仕事に携われるように、安全性の確保に努めるとともに化学物質の管理を徹底し、生産活動が環境へ与える負荷を最小限にするよう努力しています。

商品のライフサイクルを通じて、安全性の確保と環境への負荷を低減
花王の商品の原料は、天然のものであれ人工のものであれ化学物質に分類されます。原料の調達から、生産、物流、消費者の使用・廃棄という商品のライフサイクルを通じて、こうした化学物質の管理を徹底することで、人や地域社会、自然環境へのリスクを低減させています。



品質保証活動



商品の設計から生産への移行にあたっては、実生産と同条件で行う「ゼロバッチ」と名づけた花王独自の品質確認をしたうえで、本生産に入っています。また、工場ではISO9000シリーズの品質管理シ

ステムを導入するとともに、種々の自社基準、規程を定め、厳格な品質検査を行っています。また、職場ごとに全員参加の品質管理活動を展開し、ベストプラクティスや課題を全社で共有することにより、いっそうの品質向上に努めています。

● 詳しくは→P.22

労働安全活動



工場では、「労働安全衛生マネジメントシステム」(OSHMS)に基づくリスクアセスメントを進めています。安全衛生委員会では労働災害ゼロに向けた取り組みを検討し、作業環境や設備の改善、社員の安全教育に結びつけています。また、事故や災害などに備えた防災訓練を定期的に行っています。2004年1月からは、労働災害と交通事故の発生データをイントラネットで公開する仕組みの運用を開始しました。

● 詳しくは→P.24、34

環境管理活動



工場では、省エネルギー、温室効果ガスの排出量の削減、廃棄物の削減、化学物質の排出量の削減について具体的な数値目標を定め、活動に取り組むとともに、定期的に大気・排水・土壌などの環境測定を行っています。産業廃棄物の最終処分量については、ゼロエミッションを推進しています。また、2004年4月よりグリーン調達を開始しました。

● 詳しくは→P.24、42

消費者の皆さんの夢を裏切らない

東京工場 奥田年枝



化粧品の品質管理の官能評価では、商品の匂いや色を標準品と比較し違いを判別します。不良品をつくらないためには、商品そのものの検査だけではなく、各測定値の傾向を毎日確認し、異常と判断した場合は関係部門へ連絡し、原因調査や対応をします。検査員である前に一人の消費者として、中身はもちろん、容器から外箱まで高い品質を保つよう検査を心がけ、夢を裏切らないようにと思っています。

潜在する危険の芽をつみとる

栃木工場 佐藤孝雄



職場の安全衛生推進リーダーとして、日頃から安全ルールの遵守と6S(整理、整頓、清掃、清潔、躰、習慣)を基本とした作業改善を推進しています。職場のメンバーとのコミュニケーションを大切にしながら、機械設備のリスクアセスメントを確実に実行し、潜在する危険の芽(不安全行動、不安全箇所)を早期発見・早期改善します。このような活動により、平成16年度安全優良職長厚生労働大臣顕彰をいただきました。

日頃のコミュニケーションを大切に

酒田工場 石井靖雄



環境に関わる仕事は社員との信頼・協力関係が大切だと思っています。日頃からコミュニケーションが取れていないと、細かな情報や本音の意見が聞けませんし、信頼・協力関係を得ることもできません。そのために、日常の挨拶や会話を大切にしています。社員はもちろん地域住民の皆さんの健康と環境を守るという、工場の社会的責任を遂行するためにも、環境管理は重要な役割を担っている業務だと考えています。



社会からの期待に確実に応えるため ステークホルダーとの対話を大切にしています。

花王は、自社に求められる社会的責任を客観的に把握するために、さまざまな機会をとらえ、多様なステークホルダーの皆さんとの対話を実施しています。2004年度には、花王にとって2回目となる「環境安全・社会報告書を読む会」も実施しました。いただいたご意見を今後のCSR活動に役立てていきます。

ステークホルダーの皆さんの声に耳を傾けて

企業が果たすべき社会的責任について、どれほど真剣に考え、実行したとしても、それがひとりよがりのものであっては意味がありません。花王は、顧客企業の仕事の現場に足を運んだり、工場見学会を積極的に実施するなど、日々の業務のなかでのステークホルダーの皆さんとの継続的なコミュニケーションを重視しています。

また、自社に求められる社会的責任を客観的に把握するために、社員の意識調査、サプライヤーの満足度調査や投資家説明会などを

通じ、それぞれの立場からの意見をうかがうとともに、相互理解に努めています。

各ステークホルダーとの対話に関する実績は、下記の各ページをご参照ください。

- 消費者との対話 →P.28
- 顧客との対話 →P.30
- 社員との対話 →P.32
- 地域社会との対話 →P.36
- サプライヤーとの対話 →P.40
- 株主・投資家との対話 →P.41

ステークホルダー・ミーティングの実施

2005年1月に「ステークホルダーと環境安全・社会報告書を読む会」を開催。NPOや学識者の皆さんに花王の取り組みを紹介するとともに、花王に対する意見・指摘をいただきました。

当日は、花王より「環境安全・社会報告書2004」の概要を説明した後、各参加者が報告書を評価。また、2005年版に向けてより詳しく説明すべき部分や、CSR報告書において重要と考えられる内容についての議論が活発に交わされました。

「環境安全・社会報告書2004」に対しては、「伝えたいことが一目でわかりづらい」「社会貢献の方針がみえない」といったご指摘を受けました。また、今後の報告書に対して「花王ウェイに沿った展開」「見出しだけで内容がわかるような構成を」といったご提案をいただきました。これらの意見は、今回の「CSRレポート2005」にできるだけ反映するように努めました。対応できなかった部分については来年以降の課題として取り組んでいきたいと思っております。

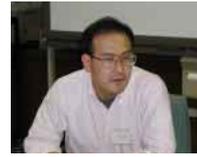
今後も、継続してステークホルダーの皆さんとの意見交換の場をもち、さまざまな対話を重ねていきたいと考えています。

第2回ステークホルダーと環境安全・社会報告書を読む会

開催日：2005年1月31日(月) 14:00~17:00

場 所：花王株式会社 茅場町事業場

花王スタッフ：コーポレートコミュニケーション部門 統括
コーポレートコミュニケーション部門 6名、
環境・安全推進本部 1名、人材開発部門 1名



ファシリテーター：川北秀人氏(IIHOE[人と組織と地球のための国際研究所]代表者)「花王が読み手に記憶してもらいたいことを前面に出した報告書づくりを」



河村暁子氏(東京ボランティア・市民活動センター主任)「ぜひ、社員や消費者への環境教育にも積極的に取り組んでほしい」



古賀桃子氏(ふくおかNPOセンター代表)「商品を通じてコミュニケーションを表現すれば、読み手が花王をより身近に感じられる」



小林一紀氏(ジャパン・フォー・サステナビリティ)「グローバル情報をもっと拡大すべき。消費者と花王がともに成長できるように報告書を」



中川恵子氏(中部リサイクル運動市民の会 副代表理事)「企業努力をもっとみせるべき。積極的な情報提供により消費者が応援したくなる企業が育つ」



原井新介氏(HRラボ代表)「どんな人がどう働いているかをみせれば企業がわかる。人事の数字推移を詳しくみせるべき」



菊地千恵子氏(NACS/産能短期大学兼任講師)「説明をしようという誠実さを感じられる。消費者による環境影響も掲載し、読み手の啓発を」



蒲生恵美氏(NACS/目白大学助手)「ステークホルダーミーティングのプロセスも公開し、透明性の向上を図ることが、さらなる消費者の信頼獲得につながる」



意見	代表的な改善例
花王という会社の姿がみえない。身近に感じない。	花王全体の活動を伝えるための巻頭特集を設置。各ステークホルダーとの関わりを個別に表わす構成。
働いている人の顔がみえない。写真が少なく小さい。	担当者のコラム、現場の写真を増やす。写真の扱いも大きくする。
商品を媒介とした対話がほしい。	特集「よきモノづくり」などに商品を通じた社会への貢献活動を紹介。
各方針の関連がわかりにくい。	マネジメント体制のページで全体の方針を提示。個別の方針は各ページ下欄やデータ集へ。

2004年度CSR活動ハイライト

1.CSR推進体制の整備

2004年7月、花王のCSR活動をいっそう強化するため、社長を委員長とするCSR委員会およびCSR推進部を設置しました。

● 詳しくは→P.16



2.花王ウェイの制定

企業理念「花王ウェイ」を2004年10月に策定。海外を含む花王グループ全体への徹底と共有を図っています。

● 詳しくは→P.17



3.ワーク&ライフバランスの強化

働きやすい職場づくりのため、また社員が能力を発揮できる環境づくりのため、仕事と家庭の両立をめざすワーク&ライフバランス施策を強化しました。また、2004年度ファミリー・フレンドリー企業表彰を受けました。

● 詳しくは→P.33



4.社員の健全な心身健康管理

身体の健康づくりに加え、メンタルヘルスに対する支援を強化。外部専門機関を活用した「こころの健康相談」窓口を開設し、社員に対するメンタルヘルスの研修を実施しました。

● 詳しくは→P.34



5.個人情報保護の強化

2005年4月に施行された個人情報保護法に対応するため、管理体制や規程類の整備、社員への研修、監査の実施などを行いました。

● 詳しくは→P.21



6.ハートポケット倶楽部活動

社員による社会的支援を目的とした社員参加型寄付プログラム「ハートポケット倶楽部」を発足、稼働させました。基金は災害復興や社会貢献活動を支援しています。

● 詳しくは→P.39



7.グリーン調達

レスポンシブル・ケア (RC) 活動の一環として、グリーン調達基準を作成し、取引先と協働で化学物質の管理、環境対策を推進しています。

● 詳しくは→P.40、48



8.ゼロエMISSIONの推進

2004年度は栃木工場と豊橋工場の2工場で新たにゼロエMISSION*を達成しました。

● 詳しくは→P.50



*ゼロエMISSION：花王では、年間の最終処分量を廃棄物等発生量の0.5%以下にすることと定義。

2004年度の環境・安全活動と実績

花王はCSR活動の一環として、環境・安全の基本理念と基本方針（P.59参照）のもとに、重要な課題には2005年度および2010年度中期目標として具体的な数値目標を設定し、取り組みを推進しています。2004年度には、生産活動におけるエネルギー使用量を、資源エネルギー庁から出された記入要領に則って1990年度までさかのぼって見直すとともに、中期目標値も改訂しました。また、従来のCO₂排出量は温室効果ガス排出量に変更し、その算出は環境省のガイドラインに従っています。

中期目標と2004年度の実績は下表の通りで、廃棄物の最終処分量とグリーン購入金額比率以外の項目は、2005年度の目標をすでに達成しました。

温室効果ガス排出量は、省エネルギーを推進しているものの、生産量が増加したため、2003年度より若干増加しました。

● 詳しくは→P.50

労働安全衛生については、花王独自の労働安全衛生マネジメントシステムの充実を図っており、労働災害は2003年より減少しました。

● 詳しくは→P.35

防災活動では、火災2件、小爆発事故1件が発生しました。被害は小さく、人身被害はなかったとはいえ、今後このような事故をゼロにするよう、原因をつきとめ、対策を検討し、他の設備も点検しました。

● 詳しくは→P.34

また、安全衛生に関するパフォーマンスを集計・管理するシステムについて花王グループへの導入拡大を推進しています。

● 詳しくは→P.25

課題と今後の目標

ここにあげた項目以外にも、情報開示を含めたコミュニケーションの充実、リスク管理の強化、環境効率指標の確立などに課題が残されています。環境効率指標については、2003年度と同様算出した結果をP.25に記載しました。

今後も目標と課題に向かって、活動を進めていきます。

環境・安全に関する中期目標と実績

項目	指標	2004年度実績	2005年度目標	2010年度目標
省エネルギー	生産活動で消費するエネルギー量(1990年度比、付加価値生産高原単位 ^{※1})	76	76	72
温室効果ガス	温室効果ガス排出量 (1990年度比、付加価値生産高原単位)	69	69	65
	(1990年度比、絶対量)	90	-	-
廃棄物削減	最終処分量	8工場中5工場 ゼロエミッション達成	ゼロエミッション達成	ゼロエミッション維持かつ 500トン以下
PRTR	各事業場からの物質ごとの排出量	1トン以下	1トン以下	1トン以下
VOC ^{※2}	各事業場からの物質ごとの排出量	調査開始	-	1トン以下
グリーン購入 ^{※3}	コピー用紙、文具類のグリーン購入金額比率	75%	90%以上	100%
グリーン調達 ^{※4}	グリーン調達比率	94%	90%以上	100%
労働災害	生産技術部門、および研究開発部門における労働災害全被災者数	24	2003年の70%以下 (2003年：35)	

※1 付加価値生産高原単位：単位付加価値生産高当たりの量をいう。また付加価値生産高は売価ベースでの生産高から製造変動費を除いた金額。

※2 VOC：Volatile Organic Compounds(揮発性有機化合物)の略。具体的には、(社)日本化学工業協会が「VOCに該当する化学物質の例」としてリストアップした41の物質と、産業構造審議会が自主管理対象物質として掲げた35の物質のいずれかに該当する物質。

※3 グリーン購入：事務用品、事務機器等を購入する際、購入品のライフサイクル全体を考慮し、環境負荷のより少ない商品(グリーン商品)を優先的に購入すること。

※4 グリーン調達：生産活動に必要な物品を購入する際、環境に配慮する取引先を優先し、環境負荷の少ない物品(グリーン物品)を優先的に購入すること。

マネジメント体制

「花王ウェイ」に基づいて、課題を抽出し、CSR活動を推進していきます。

花王は、企業活動の根底をなす企業理念について、従来の「花王の基本理念」をグローバルな視点で見直し、2004年10月に花王独自の企業文化、企業精神を明示した「花王ウェイ」として策定しました。花王にとってのCSRとは、この「花王ウェイ」に基づき行動することにほかなりません。

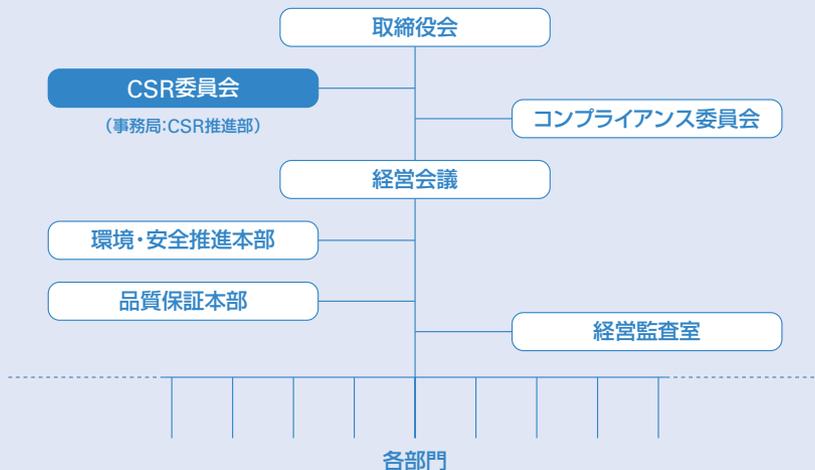
これまで花王は、各部門でCSRに関わる活動に取り組んできましたが、今後、花王グループ全体の活動として統合し、展開していくために、2004年7月にCSR委員会とCSR推進部を新設しました。毎月開催されるこの委員会において、委員長主導のもとに全社のCSR課題が検討され、各部門が課題の解決を図っています。

活動の基盤となる1) コーポレートガバナンス体制、2) コンプライアンス体制、3) 品質保証体制、4) レスポンシブル・ケア(RC)活動推進体制、の4つの分野を充実・強化し、各ステークホルダーとの対話、地球環境保全の活動を推進しています。一方、今後の大きな課題としてCSR活動のグローバル展開、サプライチェーンへの展開、社員の多様性の活用があり、どのような取り組みを行うことが有効であるか、具体的な施策を検討中です。

CSR活動をグローバルに強力に進めるためには、CSRの国際的枠組みへの参加も不可欠との観点から、その代表である国連「グローバルコンパクト」*への参加を2005年4月に表明しました。今後は「花王ウェイ」および企業行動規範である「花王ビジネスコンダクトガイドライン」に加えて、「グローバルコンパクト」を活動の枠組みとしてCSR活動のいっそうの推進を図っていきます。

CSR推進組織

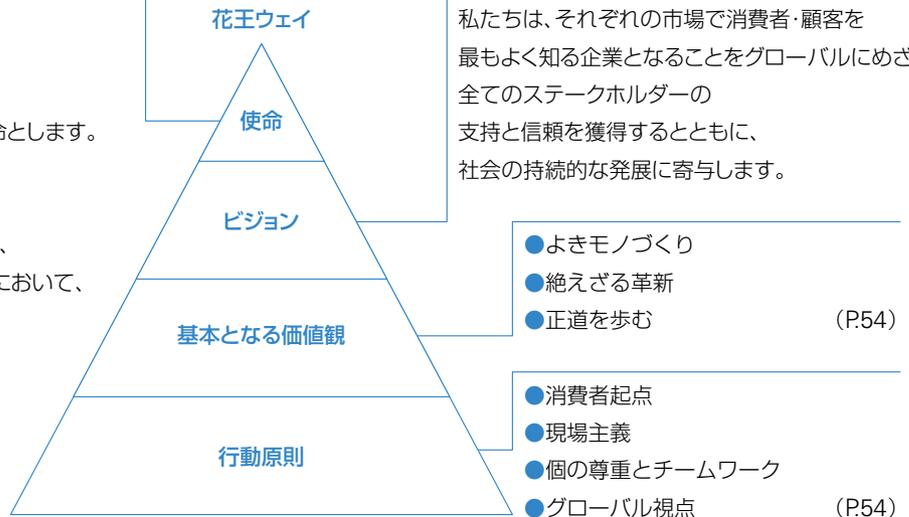
CSR委員会は取締役会直轄の組織であり、委員長を社長、副委員長を専務が務め、16部門の責任者および事務局であるCSR推進部より構成されています。



*1999年1月31日に、世界経済フォーラム（通称、ダボス会議）の席上で、アナン国連事務総長によってはじめて提唱されたもの。世界人権宣言やILOの基本原則、環境開発リソース宣言といった普遍的な10の原則（人権、労働、環境、腐敗防止）を中心とした企業の社会的責任を世界的に達成するために用いられる1つの基本的枠組み。

花王のCSR

私たちは、消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある、豊かな生活文化の実現に貢献することを使命とします。私たちは、この使命を達成するために、全員の熱意と力を合わせ、清潔で美しくすやかな暮らしに役立つ商品と、産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、消費者・顧客と共に感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供します。



私たちは、それぞれの市場で消費者・顧客を最もよく知る企業となることをグローバルにめざし、全てのステークホルダーの支持と信頼を獲得するとともに、社会の持続的な発展に寄与します。

花王のCSRの考え方

- 花王は、「消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある、豊かな生活文化の実現に貢献する」という企業使命の遂行を通して、社会の持続的な発展に貢献するCSR活動をグローバルに推進します。
- “よきモノづくり”においては、商品開発、調達、生産、流通、使用、廃棄のそれぞれの段階で、社会の持続的な発展の視点から「経済、環境、社会」の要素を評価し、改善に努めます。
- 必要な情報を、正確、迅速かつ公平に開示し、消費者・顧客を始めとする多様なステークホルダーとの対話を通じて社会の視点から常に自らの活動をチェックし、企業活動の公正さと透明性を高めます。
- 「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を活動の基本におきます。

CSR活動範囲

1. 全社の基盤となる体制の充実・強化
 - 1) コーポレートガバナンス体制 ————— P18
 - 2) コンプライアンス体制 ————— P20
 - 3) 品質保証体制 ————— P22
 - 4) レスポンシブル・ケア (RC) 活動推進体制 ————— P24
2. 各ステークホルダーとの対話の推進 ————— P26
3. 地球環境保全のいっそうの推進 ————— P42

社内基準

花王
ビジネス
コンダクト
ガイドライン
(P55)

社外基準

グローバル
コンパクト
10原則
(P55)

各種委員会を活発に運営し、 コーポレートガバナンスの改革を進めています。

花王は、利益ある成長を続け企業の社会的責任を果たすために、コーポレートガバナンスをたゆまず改革しています。ガバナンスが適正に行われるよう経営の監督と執行を分離し、さまざまな監督体制によって審査を行っています。

コーポレートガバナンスの改革を継続して推進

利益ある成長を通じて、企業価値を継続的に高めていくという経営の基本方針を実現するために、経営上の組織体制や仕組みを整備し、必要な施策を実施していくのが、花王のコーポレートガバナンスに関する基本的な考え方であり、経営上のもっとも重要な課題のひとつと位置づけています。

花王では、従来の取締役と監査役という枠組みの中で、2002年度から執行役員制度を導入、経営の監督と執行の分離を進めるための諸施策を行っています。委員会等設置会社に移行する是非については、今後も重要な経営課題として継続して検討していきませんが、委員会等設置会社における報酬委員会および指名委員会と同様の機能を果たすものとして、報酬諮問委員会および会長・社長選任審査委員会を設置しています。このほかに、コンプライアンス委員会を設置し、企業活動における法令遵守、公正性、倫理性を確保するための活動を定常的に行っています。

取締役会構成員、監督と執行の分離、会長／社長の選任プロセス

花王では、2002年度から取締役数の削減を行うとともに執行役員制度を導入し、2005年3月末現在、社外取締役2名を含め15名の取締役、取締役兼務者12名を含め17名の執行役員の体制となってい

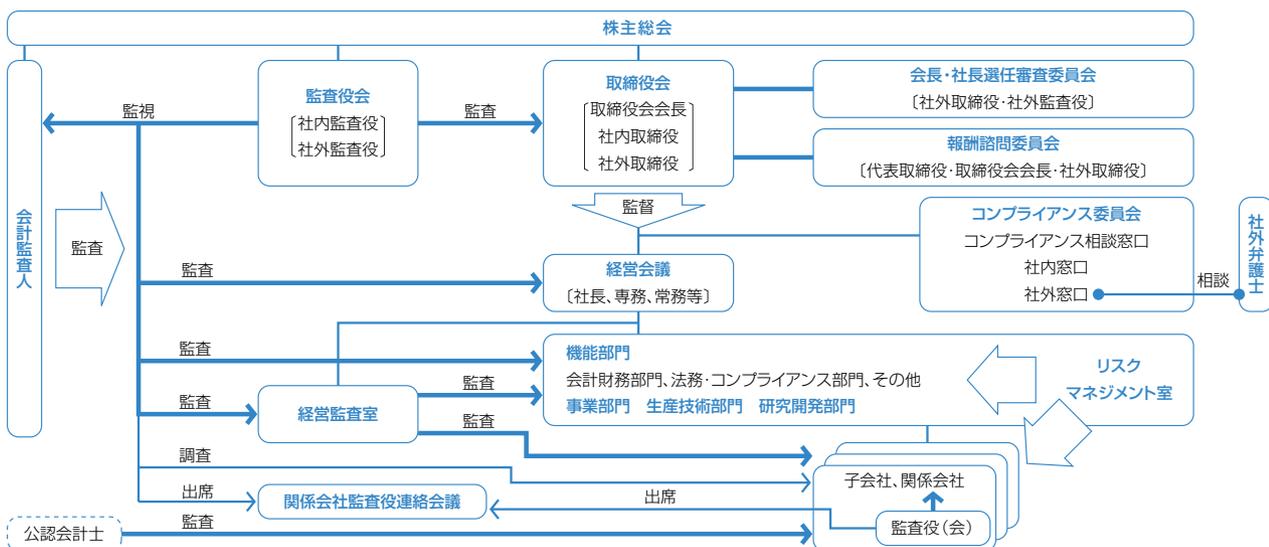
ます。また、2003年度には「社長」「専務」「常務」などの役位名称を取締役ではなく執行役員に付し、「会長」は執行役員ではなく取締役会会長とすることで、監督と執行の分離をよりいっそう進めていく体制にしています。2004年6月29日開催の定時株主総会後には、代表権をもたない取締役会会長を選任しました。会長・社長の選任においては、全社外取締役および全社外監査役だけで構成される会長・社長選任審査委員会を組織し、会長と社長の選任および再任の際に、候補者の適正さについて事前に審査するとともに、取締役会に意見具申する仕組みをとっています。

役員の評価と報酬

花王では役員の評価および処遇について、より透明性を向上させるために報酬諮問委員会を設置しています。これは、取締役および執行役員の報酬制度や水準について、社外取締役の意見を求め、妥当性の検証を行うものです。なお、現任の取締役および執行役員に対する報酬制度と水準については、すでに社外取締役より妥当であるとの審査評価を受けています。

役員報酬制度においては、ストックオプション制度の導入により、株主と利害の共有化を図っています。役員賞与については業績連動性を明確にし、役員退職慰労金の積み立ての廃止もすでに実施しています。また、定期的に役員の多面評価を実施しています。これは、

ガバナンス体制図



役員として備えるべきリーダーシップバリューを明確にし、上司・同僚・部下の三方向からの評価を受けることにより、自らに不足している能力や資質を自覚し、改善を促すことを目的としています。

社内外のさまざまな監督体制

国内外の関係各社を含めた業務のプロセス適正性および経営の妥当性、効率性を監査する経営監査室を設置しています。現在、経営監査室のスタッフはグループ会社を含め25名で、環境安全、品質保証、輸出管理などに関する専門監査スタッフ、海外関係会社における国際監査タスクフォーススタッフなどと連携をとっています。

花王の監査役は、国内グループ会社の監査役との定例の連絡会議を開催し、監査に関する情報の交換を行っています。また、企業経営および日常の業務に関し、必要に応じて、弁護士などの複数の専門家から経営判断上の参考とするためのアドバイスを受ける体制をとっています。また重要な関係会社については、任意に商法監査を監査法人にお願いしています。

株主総会

花王は、株主の皆さんが株主総会において議決権を行使しやすいよう、また議案を審議いただくための十分な時間を確保するため、株主総会の開催日の4週間以上前に、招集通知を株主の皆さんに発送

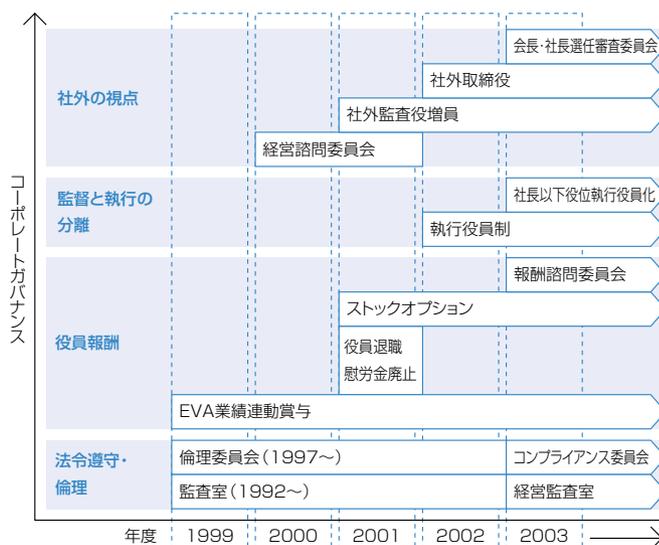
しています。外国人株主の皆さんの便宜のため、英文訳も同時に作成し、ホームページに掲載しています。また、株主総会での説明の内容および決議の結果についても和英両文でホームページでの開示を行っています。総会会場においては、これまで、会社紹介ビデオの上映、工場見学、役員との懇親の場の設定などを実施してきました。今後も、総会の場において花王を知っていただくために商品展示などの諸施策を実施し、より開かれた総会をめざしていきます。

全社でリスクマネジメントを徹底

花王のリスクマネジメント室は1999年度に創設され、「リスクマネジメントポリシー」を設定し、これに基づいて全社活動を実施しています。基本の活動は1)リスクの予防・抑制活動と2)リスクが現実化し、不測の事態が発生した場合の危機管理に重点を置いています。1)については、全社の部門リスク調査の実施と主要リスクの特定・管理を主体に全社リスク管理体制の構築を推進し、各部門の日常の活動に落とし込んでいます。一方、2)については、緊急時の危機管理体制の構築と定期見直しおよび緊急事態を想定した模擬訓練を実施し、さらに事業継続計画(BCP)の視点での取り組み強化を図っています。

● 災害時対策→P.35

継続する経営改革



花王リスクマネジメントポリシー要点

- リスク管理・対応の優先順位づけ
1. 人命尊重
 2. 環境保護
 3. 操業維持
 4. 資産保持

日常的全社的リスク管理体制

各部門責任者のリスク管理業務

リスク発生時の対応

コンプライアンスの徹底により、 広く社会から信頼される企業活動を遂行します。

「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を基本におき、良識ある公正な行動により、誠実で清潔な“徳のある企業”として、広く社会から信頼されることをめざした企業活動を遂行します。

コンプライアンス体制を強化

コンプライアンス委員会の活動

花王には、取締役会会長を委員長とし、部門や国内関係会社の代表者から構成されるコンプライアンス委員会があります。半年に一度開催するコンプライアンス委員会では、「花王ビジネスコンダクトガイドライン」の制定・改訂、コンプライアンス・プログラムやアクションプラン、相談窓口寄せられた相談への対応状況の検討、確認を行い、最終的に取締役会へ報告・提案します。

花王ビジネスコンダクトガイドラインの改訂

1997年に制定された「花王の企業行動倫理規程」を、2003年に「花王ビジネスコンダクトガイドライン」へ改訂し、コンプライアンス体制を確立してきました。2003年の改訂時には、説明会を全社で実施し、全員が遵守する旨の誓約書を提出しました。

また、2005年6月、日本経団連企業行動憲章の改訂や社会のCSRに対する要請、国連グローバルコンパクトへの参加などに対応し、「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を改訂しました。

● 花王ビジネスコンダクトガイドライン(05年改訂版) → P.55

コンプライアンス相談窓口

法律・倫理違反についての相談窓口として、コンプライアンス委員会事務局メンバーが運営する社内の相談窓口と、弁護士など社外専門家に委託している社外の相談窓口を設け、国内花王グループ社員に公開しています。また、相談窓口の周知のためコンプライアンスヘルプカードを全員に配布しています。相談者や通報者のプライバシー保護はもちろん、相談・通報をしたことによる不利益な取り扱いの禁止により、社員が安心して相談できるようになっています。

相談内容は、人間関係の悩みや、職場に関連したものが多いため、カウンセリング機能の充実や職場におけるリーダーのヒューマンマネジメントのレベルアップが重要な課題となってきています。2005年6月、花王の事業に関わる社外の方からも相談を受け付ける窓口をオープンしました。

コンプライアンス研修

人材開発部門主催のマネジメント研修会などでコンプライアンス研修を定期的に行っています。また、法令制定時や改訂時には社内の「法令エキスパート」が主催する法令勉強会を必要に応じて開催しています。2004年度は、個人情報保護法、下請法、証券取引法、著作権法などの勉強会を実施しました。

また、全社員のコンプライアンス学習用にイントラネットにより

法令エキスパートの認定

社内の各部門において、それぞれの仕事に関連する法令を理解しておくことは非常に重要です。そこで、各部門が業務に関わる法令についての担当者を定め、法律ごとにエキスパートとして登録しています。2005年3月末現在、232の法令について延べ322人のエキスパートがおり、自部門だけではなく全社にまたがる下記の役割を担当しています。最近では、新たな法令が制定されたり既存の法令が改正されることが多く、エキスパートへの問い合わせの頻度も増えてきました。また、遵守すべき社内規程をいつでも確認できるよう、2004年3月よりイントラネット上に社内規程システムを構築し、エキスパートの活動をサポートしています。

● 法令エキスパートの役割

- ・ 社員からの相談窓口、アドバイザー
- ・ 法令改定などのウォッチング
- ・ 法令改定に合わせた社内規程の鮮度維持
- ・ 法令遵守の徹底
- ・ 監査の実施または監査担当部門へ監査の依頼



他社のケースを定期的に発信し、コンプライアンス意識の浸透を図っています。さらに、コンプライアンス推進室に届いた社員からの質問への回答を、イントラネットを通じて社内に発信しています。

コンプライアンス監査とモニタリング

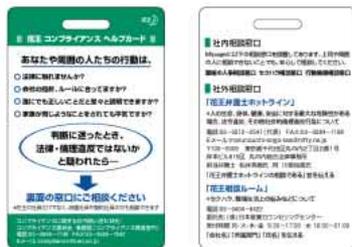
コンプライアンスについての監査や下記のようなモニタリングを定期的に実施しています。これらの結果を分析し改善につなげ、日々の活動に活かしています。

- ・ 全社員による「社員意識調査」
- ・ コンプライアンス委員による「自部門診断」
- ・ 研修参加者による「コンプライアンス実践度セルフチェック」など

情報セキュリティマネジメントを実施

花王では、2003年10月に情報セキュリティポリシーを制定。これをベースに、「機密情報取扱いガイドライン」「個人情報取扱いガイドライン」「ITセキュリティガイドライン」を制定し、「トレードシークレット(TS)・個人情報保護推進委員会」、各部門のTS委員、個人情報管理責任者を体制とした情報セキュリティマネジメントを実施しています。

また、緊急事態の対応フローを用意し、模擬訓練も定期的に行っ



●コンプライアンスヘルプカード



●コンプライアンス研修風景

ています。インターネット業務や個人情報に関する業務を外部委託する場合は、委託先に対する監査を実施しています。

個人情報の保護

花王では、商品キャンペーンへの応募者、消費者モニター（商品開発の協力者、試用者）、消費者相談センターへの相談者などの多くの個人情報をお預かりしています。これらは企業活動の重要な資産であるとともに、顧客個人の大切な資産であると認識し、その保護の徹底を図るために経済産業省のガイドラインなどに則った取り組みを実施し、個人情報漏洩防止に努めています。

大切な個人情報を提供いただいた皆さんの信頼を損なうことがないよう、今後とも社員の意識向上、体系的な対応、業務委託先の監督などを行ってまいります。社員の個人情報保護についても、厚生労働省のガイドラインに則って、適切に管理を行っています。

個人情報保護の取り組み

「個人情報取扱いガイドライン」「ITセキュリティガイドライン」の制定

「トレードシークレット(TS)・個人情報保護推進委員会」「ITセキュリティ統括部署」設置、個人情報保有する各部門には「個人情報管理責任者」を配置

個人情報管理責任者・担当者などへの教育・啓発

業務委託先との個人情報取り扱いについての契約、監査の実施

個人情報へのアクセスを最小限の従業員に限定、アクセスログを取得できるシステムの導入など、個人情報の漏洩や紛失を防ぐための安全管理措置を順次実施

保有する個人情報の問い合わせや開示請求などへの対応

「品質を評価するのは消費者の皆さん」との考えに立ち、 全社をあげて品質保証活動に取り組んでいます。

消費者の皆さんに花王の商品を安心して使っていただくために、商品を「選ぶ」「使う」から「捨てる」まで、消費者の視点に立ってトータルで品質を高め、保証する活動を推進しています。

商品開発の段階ごとに品質を確認

花王の商品は、消費者の生活のなかでさまざまな使われ方をします。そこで、商品開発にあたっては、科学的な研究に社会科学的な視点も加え、種々の条件での実使用テストや消費者モニター評価を積み重ね、機能・性能や使い勝手を確認しています。さらに、原料、容器包装材料および最終製品について、購入、使用、廃棄されるまでのさまざまな状況を想定して、種々の品質確認を行います。「品質を評価するのは消費者の皆さん」という消費者起点の考え方が、こうした取り組みの基本です。

一方、発売するまでの商品開発のステージごとに、事業部門、研究開発部門、生産技術部門、購買部門、品質保証本部、消費者交流部門などが参加する全社横断的な種々の検討会（安全性検討会、防腐検討会、容器検討会、品質向上検討会など）を設けています。原料、使用方法、商品表示、社会的な責任などの幅広い視点から、商品の品質について検討を行い、最終製品として信頼と支持が得られるかを厳しく吟味しています。

品質保証活動の基本方針

1. 世界の人々の喜びと満足のある、豊かな生活文化を実現するために、消費者・顧客の皆様の声を真摯に受け止め、企業活動に反映し、商品の品質向上に努めます。 **品質の評価者は消費者・顧客**
2. 絶えざる品質向上と高品質の維持につとめ、消費者・顧客の皆様に使い続けていただける商品を提供します。 **使い続けていただける商品の提供**
3. 安全性はもちろんのこと、環境にやさしい商品の開発に責任をもって取り組み、消費者・顧客の皆様が安心して使える商品をお届けすると同時に、商品の正しい使い方や注意等の適切な情報を提供します。 **安心して使える商品作り**
4. 企業活動のあらゆる場面において国内外の法規制を遵守するとともに、政府や地方自治体の施策や国際的な取り決めなどに協力します。 **法規制の遵守**
5. 全社員が責任を自覚して、常に公正で透明性のある企業活動を行い、社会に対する説明責任を果たし、信頼性向上につとめます。 **透明性の高い企業活動と説明責任**

厳しい自社基準により安全性を確認

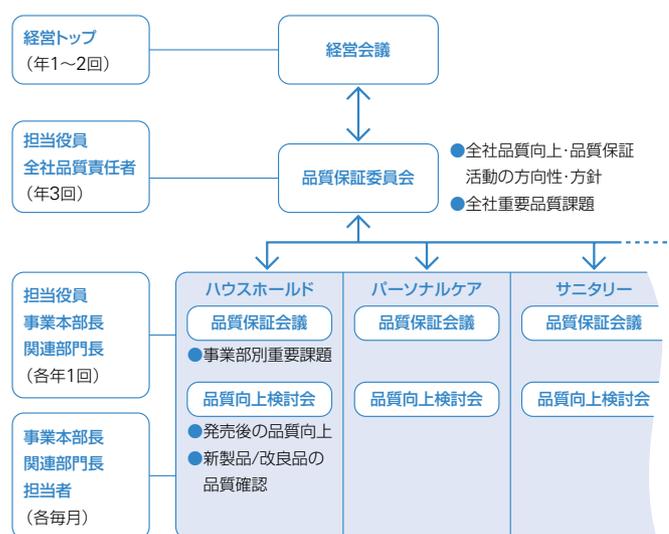
人の健康や環境への影響についての安全性評価と確認には、特に厳しい自社基準と評価手順を「花王製品および原料の安全性評価基準」として定めています。これは安全性評価の考え方や原料を使用する際の選択基準、安全性の評価手順や方法をまとめたもので、この基準に則り、厳密な評価と確認を行います。

商品カテゴリーごとに、商品特性に適した評価手順と評価方法を定め、商品開発とは独立した専任の部署（安全性評価研究センター）がすべての原料と商品の安全性評価を行っています。さらに前述のような検討会での議論を経て、人の健康や環境への影響についての安全性が確認された商品のみを市場に出します。

安全性評価の基本的考え方

- ・原料（配合成分）および最終製品の両方について、安全性の評価確認を行うこと
- ・商品が使用される通常の使用条件および予測し得る誤使用条件で、人の健康や環境に対する安全性が十分確保できること
- ・その時点での最新の技術および知識を用いること
- ・法規制を遵守し、商品の安全性については、社会科学的視点で議論を尽くし確認すること

全社品質保証マネジメント体制



独自の「ゼロバッチ」を経て本生産へ

試作後の初回生産は、花王独自に「ゼロバッチ」と名づけ、品質検査、保存安定性、輸送テスト、使用テストなどを実施し、全部門参画の評価会を行い、問題がないことを確認したうえで、本生産を開始する仕組みをとっています。また、生産にあたってはISO9000シリーズの品質管理システムを導入するとともに、「防虫管理基準」「防菌管理規程」や原材料管理などの種々の自社規程を定め、さらに全員参加のQCサークル活動を展開しています。

よりわかりやすい商品表示を追求

消費者の皆さんが、商品を正しく選択し、適切に使用していただくためには、商品表示も非常に重要です。消費者の視点でわかりやすい商品表示にするため、すべての表示は消費者交流部門の承認を必要としています。また、容易に予測される誤使用や不適切な使用による影響については、危害の程度、回避方法および応急措置などについて適切な注意表示をするよう特に留意しています。さらに、消費者からの問い合わせにより、商品表示を見直し吟味しています。

発売後も絶えず品質向上活動を推進

消費者の声を真摯に受け止め、よりよい商品にしていくために、発売後も消費者相談情報のデータベースである花王エコーシステムを全社で活用するとともに、問題や指摘については、関連部門間で改善検討を行い、常に品質の向上をめざしています。

動物実験代替法の開発を積極的に推進

動物愛護の観点から、花王ではこれまで皮膚刺激性、眼刺激性、皮膚感作性に関する動物実験代替法の開発に取り組んできました。こうした独自の取り組みに加え、国や他企業とも協働で代替法の開発を行い、得られた結果は誰もが利用できるよう積極的に学会や学術論文として発表しています。2000年、2003年には日本動物実験代替法学会からゴールデンプレゼンテーション賞を受けています。

健康機能食品・飲料の品質保証

花王では、1928年から業務用食用油脂製品の製造と販売の歴史があり、おいしさと科学的に実証された機能をもった食品を通して、世界の人々の健康で喜びのある食生活に貢献することをめざしています。そのために、消費者・顧客に安心と信頼を約束できる品質保証に取り組んでいます。

有効性と安全性へのこだわり

健康機能食品・飲料の開発は、安全性が確保できる素材かどうかを十分に調査したうえで、栄養、代謝、肥満などの側面から、生物科学研究や素材研究、臨床研究などを地道に積み重ね、その素材のもつ新たな機能を探求しています。社外の栄養学、医学などの多くの専門家の評価も含め、有効性と安全性の評価が幾度も重ねられ、その結果は学会などを通して公表しています。

特定保健用食品とGRAS

花王の食品は、科学的に実証された機能の証明として厚生労働省による特定保健用食品としての審査を受け、許可を受けたものを中心に展開しています。また、「エコナクッキングオイル」の主成分であるジアシルグリセロールは、米国においては、脂質栄養や毒物学などの専門家パネラーによって評価され、FDA(食品医薬品局)によってGRAS(一般に安全と認められる)のリストに登録されています。

原料から加工、流通までの品質保証とトレーサビリティ

すべての食品の原料は、栽培・採取までさかのぼり、規格、成分、法規制の遵守、品質管理などを確認したうえで使用しています。製造工程には衛生管理・品質管理の手法であるHACCPの考えを取り入れ管理を徹底し、流通での鮮度管理も含め、品質保証には万全を期しています。出荷した商品は、生産・流通の履歴が把握できるトレーサビリティの充実と、商品の分析調査技術の向上に努めています。

Topics

環境保全、防災、労働安全への取り組みを レスポンスブル・ケアの考え方に則って推進しています。

花王は化学産業界の自主管理活動であるレスポンスブル・ケア(RC)に則って環境保全と防災、労働安全などを一体化してマネジメントを行っています。

PDCAサイクルでRC活動を推進

環境・安全管理の枠組みとして、RCの基本5項目「環境保全」「保安防災」「労働安全衛生」「化学品・製品安全」「物流安全」に、「社会とのコミュニケーション」を加え、環境・安全のマネジメントを行っています。RC活動は、研究開発、生産技術などの各部門が活動主体となり、責任をもって取り組んでいます。さらに部門横断の体制として、RC推進委員会が、各部門の活動をサポートしています。

RCマネジメントシステムの運用

年間のスケジュールを定めてPDCAのサイクルで運用し、毎年確実にレベルアップするようにRC活動を推進しています。毎年10月に行う内部監査「Check」で把握した部門ごとの進捗状況や課題をもとに、12月のRC推進委員会において経営層による見直しを行い、次年度の方針や目標を決定「Action」します。その方針、目標および各部門で行う自主監査の結果を踏まえ、それぞれの部門が次年度の推進目標を策定「Plan」し、4月からの運用「Do」となります。

環境・安全の基本方針

1. 従業員の健康・安全と操業の安全
2. 環境・安全に配慮した製品の開発
3. 省資源・省エネルギー・廃棄物削減
4. 地域の人々の安全と環境保全に責任ある対応
5. 法規制・自主基準の遵守
6. 教育の充実
7. 自主評価の実施
8. 情報開示と社会からの信頼の向上

● 詳細→P.59

内部監査の拡充

2004年度の内部監査は、生産技術部門、研究開発部門、事業部門、コーポレート部門に加え、新たに関係会社の花王販売、花王ロジスティクス、花王化粧品販売について実施しました。監査の内容は主としてPDCAサイクルがきちんと運用されているかの確認ですが、生産技術部門は他部門に比べ活動が進んでいるため、PDCAサイクルと同時に活動結果も評価しました。

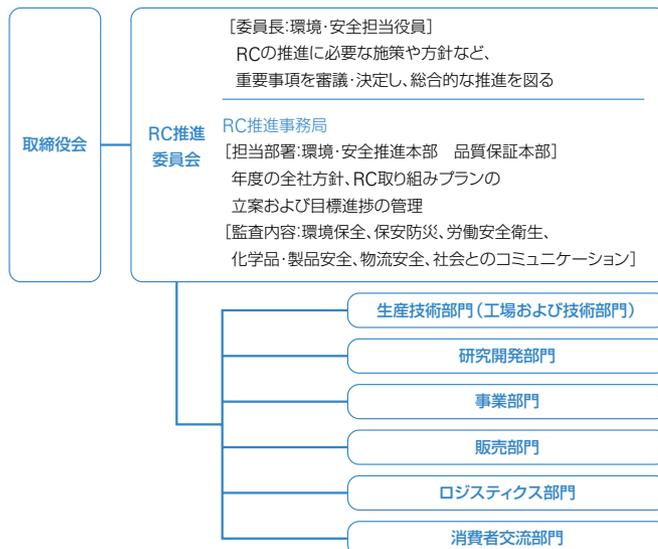
監査の結果、重大な指摘事項はありませんでしたが、継続観察が必要とされる項目がいくつか指摘されました。各部門とも活動の定着が見受けられますが、新たに始めた関係会社については、まだ不十分な点もあり、2005年度は先行している部門に追いつくように活動を強化していきます。

● 内部監査結果→P.59

環境・安全教育を継続的に実施

花王では、RC活動においてISOのマネジメントシステムや労働安全衛生活動に関する教育を、社員や協力会社従業員に継続的に実施しています。RCの教育と普及については、各部門の担当者が部門内で推進しており、生産技術部門の教育は各工場の環境・安全担当者が中心となって実施しています。また、イントラネットを使用し

環境・安全取り組み体制



て個人で学べる環境教育ツール(e-ラーニング)なども用意しました。特に環境・安全の教育が実務上不可欠な生産技術部門では、各階層別に教育を実施しています。国内で実施する講座には海外の生産拠点からも多くのエンジニア、オペレーターが参加しています。

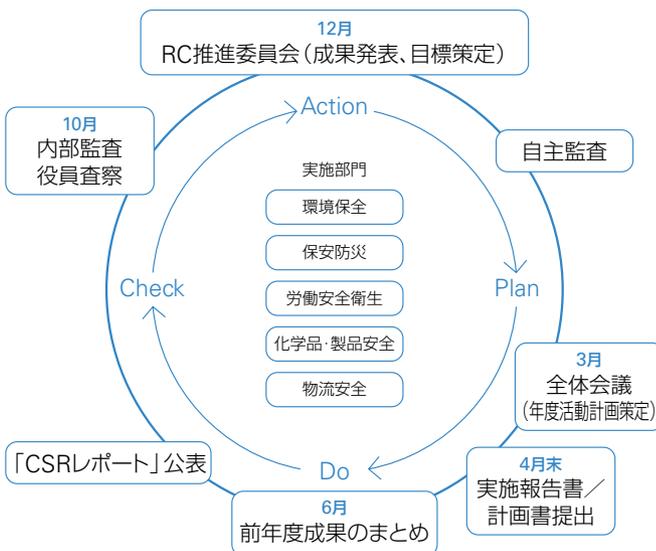
● 生産技術部門研修実績→P.59

独自のデータベースを運用し実績を共有

花王は、環境と安全に関する実績を全社で共有し、データの信頼性と透明性を向上させるためのデータベースを独自に開発し運用しています。“環知安(かんちゃん)システム”と名づけられたこのデータベースには、環境負荷データや労働災害・事故報告が蓄積され、温室効果ガスの排出量や労働災害の発生度数率などが自動算出できる仕組みになっています。

環境のデータベースは2003年度より国内の工場で運用を始め、2004年度は花王ロジスティクスや花王販売、花王化粧品販売、花王プロフェッショナル・サービスなどの国内の関係会社、中国、台湾、タイ、マレーシア、フィリピン、ベトナム、インドネシアにある海外の関係会社10工場で運用を進めています。現時点では、全世界拠点のデータ集計に至っていませんが、引き続き花王グループ全体でのデータベースの完成をめざしています。

RC活動の年間スケジュール



Topics

環境効率指標の活用

花王は2003年度に引き続き環境経営の指標化を行うJEPIXフォーラムに参加しました。

2004年度、JEPIX評価法が中小企業をはじめ多くの企業に普及することを目的に、簡易評価シートが開発、公表されました。また、実態に近いかたちで環境の優先度を評価できるように、温室効果ガスなどの統合化係数が修正されました。

花王の各年度の環境負荷について、簡易シートを用いて評価を実施した結果、2003~2004年度の間で環境負荷を表わすエコポイントが増加し、ファクター(環境効率)が若干悪化しました。その主な原因は、生産量の増加に伴い温室効果ガス等の排出量が増加したのに対し、商品の価格下落により付加価値の伸長が鈍化したことによります。統合化係数の改良等が今後も検討される予定であり、本格的活用に向けて試行的検討を継続します。なお、環境効率およびファクターは以下の定義により算出しています。

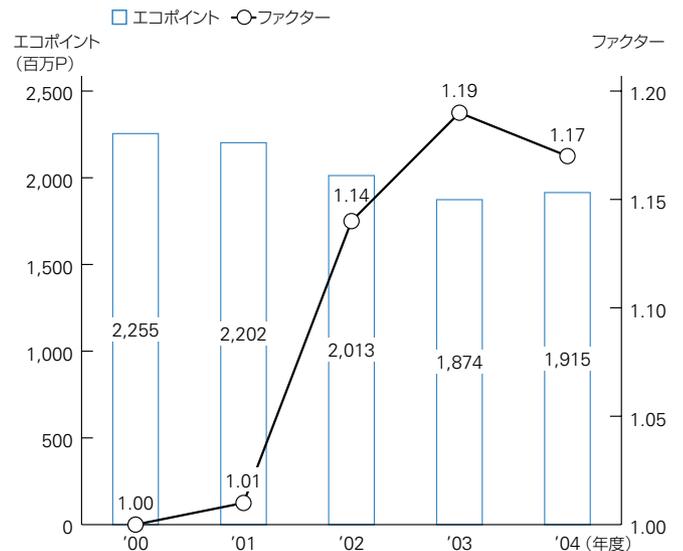
環境効率=付加価値(経済指標)÷JEPIXによるエコポイント*
 ファクター=各年度の環境効率÷2000年度の環境効率

エコポイントの算出:環境パフォーマンス指標ガイドラインで示されているコア指標のCO₂、SO_x、NO_x排出量、ばいじん量、廃棄物最終処分量、COD排出量、PRTR対象物質排出量のJEPIX評価係数によるエコポイントの合計値

*エコポイント:生産活動から排出される環境負荷をJEPIXの手法により1つの指標として統合化した数値で環境影響の度合いを示すもの。

● JEPIXフォーラム <http://www.jepix.org/index.php>

エコポイントとファクターの推移



ステークホルダーとともに

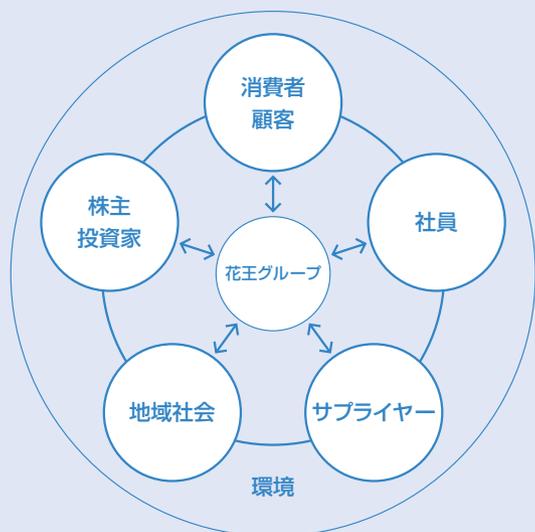
さまざまなステークホルダーの皆さんとの対話を通じて 事業活動の公正さと透明性を高めます。

花王グループの事業活動は、多様なステークホルダー（利害関係者）との関わりのもとで行われています。活動の資金は、消費者・顧客の皆さんが花王の商品に支払う対価によるものです。顧客となる企業には、花王が原料や商品を供給する化学品メーカーや、レストラン、ホテル、病院などのユーザー企業があります。さらに消費者の皆さんに商品を届けるためには、流通・小売といった顧客企業との協働が欠かせません。商品をつくり、会社組織を運営するのは社員であり、彼らを支える家族がいます。また、原材料は世界中のサプライヤーによってもたらされます。さらに事業活動を行ううえで、事業場の周辺住民の皆さんや行政をはじめとする地域社会からの理解、産業界との協力関係も非常に重要です。特に環境保全や化学物質の管理は業界に共通した課題であり、花王はその一員として積極的に活動に参加しています。こうした事業活動により得た利益は、株主・投資家の皆さんと分かち合うとともに、消費者・顧客満足度をさらに高める商品の開発に投じ、利益ある成長を継続していきます。

花王のような日用品を製造・販売する会社にとって、これらすべてのステークホルダーは、同時に商品の消費者でもあることが多いため、常に消費者の皆さんの視点を忘れず、事業のあらゆる面で公正、誠実な行動をとるよう努めています。また、環境の保全を健全な事業活動を行ううえでの基盤と位置づけています。

今後とも多様なステークホルダーの皆さんとさまざまな手法で対話を重ね、そこから得られた意見や要望を企業活動に活かすとともに、活動の透明性を保つための情報開示もさらに積極的に実施し、CSRを充実させていきたいと考えています。

花王グループとステークホルダー



花王のステークホルダー

ステークホルダーグループ	ステークホルダーに対する考え方	主なコミュニケーション手段	印刷物などの主なコミュニケーションツール	詳細ページ
消費者・顧客	花王は、消費者・顧客のニーズを見極め、心を打つ満足と感動を与える商品とブランドを提供します。優れた機能や情緒的な魅力だけでなく、年齢や障害の有無にかかわらず誰もが使いやすく、また環境への負荷が少なく、安全で安心して使える商品を開発します。さらに、商品についての正確な情報を積極的に提供します。	<ul style="list-style-type: none"> ●消費者 消費者相談活動(電話、手紙、eメール等)、リリースふれあいダイアル(介護電話相談)、消費者モニター家庭訪問、グループインタビュー ●顧客(化学品・業務品取引先/販売店) 商談による情報交換、販売店会、取引先との情報交換会、エクストラネット 	「花王消費者相談センター活動報告書」 ホームページの商品情報 商品パンフレット 「花王の企業概況」 ホームページの産業用化学製品、業務用製品 「花王ケミカルだより」	P.28
社員	花王は、社員の人権・人格と一人ひとりの多様性を尊重し、安全で快適な職場環境を保ちます。仕事の成果を公正に評価し、果敢にチャレンジする機会を与え、仕事を通じて能力と人格を高めるよう支援します。	社員意識調査、上長面談、ヘルプライン、心の健康相談、労使懇談会、厚生委員会、安全衛生委員会、各種社内行事	イン트라ネット 「Tenite」(健保広報誌) 「花王ファミリー」 「花王ビデオレポート」 「Kao News Quarterly」	P.32
サプライヤー	花王は、公正で透明性のある取引を徹底します。力を合わせて、サプライチェーンマネジメントの充実を図るとともに、環境や人権問題をはじめとする社会的な課題に共に取り組み、改善を図ります。	品質会議、定期懇談会、お取引先満足度調査	グリーン調達基準	P.40
地域社会	花王は、法令遵守や納税などの義務を果たすだけでなく、事業を行う地域社会との交流を積極的に図り、環境保全や人権などに十分配慮をし、地域社会の一員としてその発展に貢献します。	近隣住民との交流会(夏祭り等のイベント)、工場見学会、NPOとの交流会、社会貢献活動支援	ホームページの社会貢献活動 「花王の社会貢献活動」	P.36
株主・投資家	花王は、既存事業のさらなる強化、新規事業の育成、海外事業の拡大を通じて、利益ある成長を実現し、企業価値の向上に努め、株主の支持と信頼に応えます。そのために、コーポレートガバナンスの強化と充実を図り、情報、資産を厳正に管理します。	株主総会、決算説明会、eメール(情報提供)、ホームページ問い合わせ窓口	ホームページの投資家情報 「事業報告書」 「アニュアルレポート」 「有価証券報告書」	P.41
環境	花王は、地球温暖化防止対策を推進し、3Rの取り組みにより循環型社会の形成実現に努めます。特に、原料から廃棄までの化学物質の適正な管理に注力します。	環境安全・社会報告書を読む会、消費者相談活動	「環境安全・社会報告書」 ホームページの環境への取り組み	P.42

消費者と積極的に交流し、その声や視点を商品開発と日々の活動に活かしています。

消費者のニーズを見極め、研究開発の独創的なシーズと組み合わせる革新的な商品とブランドを開発するとともに、常に消費者と対話をする姿勢を大切にし、その声を商品と事業活動に活かすさまざまな取り組みを続けています。

消費者の視点に立ち商品開発を実施

花王は、日常業務の遂行にあたって、消費者の視点に立ち、常に消費者にどのように貢献できるかを第一に考える、消費者起点の企業風土を育てています。

商品開発とマーケティングを担当する事業部門では、常に消費者調査によって商品に対する要望を把握するように努めています。そうした調査に加え、グループインタビューや家庭訪問調査など、直接消費者の声に耳を傾け、生活の様子を観察し、消費者自身もはっきり意識していないような潜在的なニーズの発掘に努めています。

消費者の変化に合わせて消費者対応を推進

2004年5月の消費者基本法の改正により、企業の情報開示や行動倫理が強く求められると同時に、消費者も自らの権利を守るために知識を身につけることが必要になってきました。消費者と企業をとりまく経済・社会情勢は大きく変化しています。

花王に寄せられる商品についての問い合わせも、男性や高齢の方からの相談が増え、内容では安全性や広告内容に関わるものが増加しており、消費者の意識の変化がうかがえます。相談内容の概要は「花王消費者相談センター活動報告書」として社外にも公表していま

す。花王では、消費者が正しい商品知識を得られるように、商品の表示や広告、ホームページなどを通じて、商品の情報をわかりやすく、確実に伝える活動を推進しています。

消費者対応そのものについても、企業に求められる要望は年々高くなってきています。花王では定期的に「消費者相談対応満足度調査」を行い、消費者の評価の結果を日々の相談対応の改善につなげています。

消費者の声による商品改善

消費者相談の窓口である消費者相談センターに電話やeメール、手紙などで寄せられる消費者からの声は1日約500~600件、年間約12万件にのぼります。一つひとつの声に対し、常に消費者の立場に立って「正確・迅速・親切」に対応するとともに、そのなかから商品やサービスなどの課題を発見し、事業部門、研究開発部門や生産技術部門などの関連部門と連携して商品づくりや企業活動に反映しています。これまでも数多くの消費者の声が、商品性能や容器、表示、広告などの改善に反映されてきました(下欄)。

消費者の声により実現した商品の改良事例



本品



つめかえ用
(改良前)

つめかえ用
(改良後)

つめかえ用商品のパッケージ改良

つめかえ用商品の取り違えに関するご意見にお応えし、つめかえ用商品のパッケージを、本品イラストを全面に入れたひと目でわかるデザインに改良しました。



シャンプー
(きざみあり)

リンス
(きざみなし)

シャンプー/リンス容器の改良

1991年に開始した、シャンプー/リンス容器のボトル側面の識別きざみも、目の不自由な方からのご要望を商品づくりに活かした事例です。

花王エコシステム

消費者対応をバックアップするコンピューターシステムが、「花王エコシステム」です。このシステムは、消費者から寄せられる多種多様な相談内容に速やかに答えるための情報を集めた相談対応支援機能と、消費者の相談内容をデータベース化し、そこから課題を抽出するための相談情報解析機能をもっています。データベースに入力された相談内容は、社内のネットワークから閲覧・分析することができます。

2005年1月にはシステムを一新し、情報検索をスピードアップするとともに、相談者の個人情報保護機能を向上させました。

企業の消費者対応活動への理解促進

花王はACAP(消費者関連専門家会議)が主催する講座に参加しています。2004年度には2つの大学で「花王の消費者対応 お客さまの声をよきモノづくりに」と題した講義を行い、計700名の学生に、企業の消費者対応の活動について学んでいただきました。

こうした社外での講義を通じて、消費者との対話を深めていきたいと考えています。

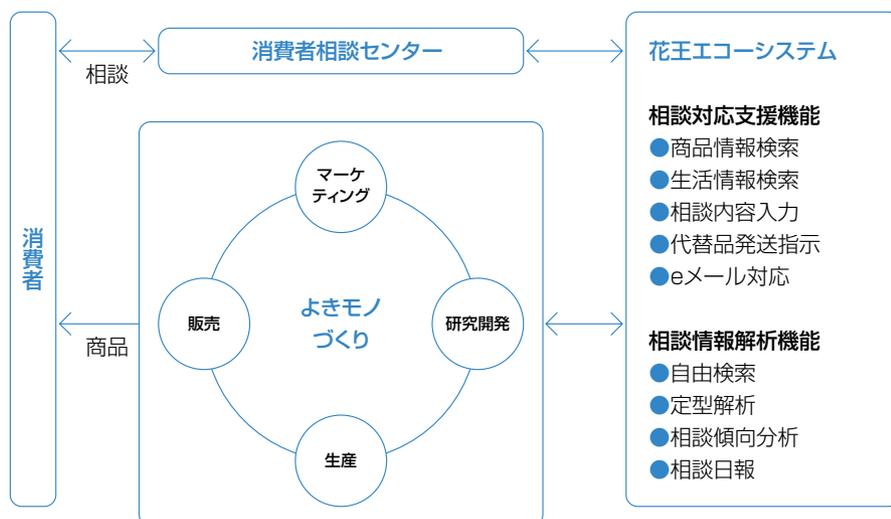
インターネットで消費者に役立つ情報を発信

インターネット利用者の増加に伴い、企業に直接問い合わせるよりも、自ら情報を探したいという消費者が増えています。花王では、消費者からの問い合わせが多い情報をホームページの「花王製品の相談室」に掲載しています。商品に関するQ&Aに加えて、洗たくななどで起きたトラブルや誤飲誤食の対処方法、成分の安全性などの情報を提供しています。また、消費者の関心が高い暮らしまわりの話題をいち早くとらえ、それに関する情報をタイムリーに発信しています。

- 花王製品の相談室

URL:<http://www.kao.co.jp/soudan/>

エコシステムの活用



●消費者対応活動についての社外での講義

顧客企業や販売店の皆さんと協力しながら 豊かな生活文化の実現に向けて活動をしています。

顧客企業には、工業用製品を扱う化学品事業、業務品事業、家庭品事業の取引先企業があります。

こうした顧客に優れた商品を提供するとともに、皆さんとのパートナーシップにより豊かな生活文化の実現に取り組んでいます。

現場に入り込み、密に情報を交換(化学品)

化学品事業では、天然油脂からつくる油脂製品をベースに、油脂誘導体、界面活性剤、機能性ポリマーなど、産業界のさまざまな分野において、優れた製品を顧客企業に提供しています。

製品の供給では、品質の高いものを安定して提供するというサプライヤーとしての責務を果たすとともに、化学物質の安全性評価および管理、法規制への適合性について情報を交換しながら、ともに社会への責任を果たしています。さらに、複写機のトナーや香料などの製品では、顧客企業の商品開発や製品が使用される現場に入り込み、強いパートナーシップのもと、ニーズを満たす製品を開発しています。また、製品だけではなく、使用方法などの情報の提供も顧客企業に対する大切なコミュニケーション活動です。

ネットを通じた情報交換

顧客企業とのコミュニケーションには、インターネットが大きな威力を発揮します。化学品の詳しい製品情報の提供や、問い合わせ窓口を設けるとともに、主要な顧客企業や販売代理店とエクストラネットを構築することで、詳細な情報の素早いやりとりが双方向に可能になっています。顧客企業のニーズと花王の技術のシーズ(種)を組み合わせた商品を開発し、顧客満足を実現するとともに、環境と

の調和を図り社会とのよき関係を築いていきます。

顧客ごとに細やかな対応を実施(業務品)

レストラン、ホテル、病院、クリーニング店などの企業や店舗、施設に商品を提供する業務品事業は、花王の家庭品事業で培われた商品開発力と衛生管理技術を活かした特色のある商品のほか、使用技術サービスと、関連する情報を提供しています。顧客ごとに求められる商品やサービス、情報が異なるため、きめ細かなコミュニケーションによりそのニーズに応え、強いパートナーシップを築いています。

ワシントンホテル(株)様との取り組み

ワシントンホテル(株)様は本社を名古屋におき、西日本地域を中心に全国チェーン展開をしています。1999年、日本のホテル業界で初となるISO14001の認証取得を機に、循環型社会の実現に向け、多くの活動を展開している企業です。

花王は1996年、従来の小包タイプの石けん、シャンプー・リンスに代わるディスペンサーを使用したボディシャンプーとシャンプーを提案。ごみの削減と、資源の節約、コストの削減に大きく貢献しました。国内のチェーン全ホテルで、8年にわたり継続使用いただき、それが契機となり国内の他のホテルでもディスペンサーが採用



●ホテル用ディスペンサー

Topics

ワシントンホテル(株)様からのコメント

当社は「環境実践ホテル」として省資源・省エネルギー、ごみ減量、リサイクルの3本柱を推進しています。シャンプー、リンスのディスペンサーのほかにも、一例としてお客様に歯ブラシ・かみそりの持参を呼びかける活動や、連泊者のシーツ交換を希望制にする活動にも取り組んでいます。

花王様には日頃より弊社の環境方針をご理解たまわり、積極的にサポートいただいています。めざす快適性と環境性の調和に向けて協働体制を図り、お客様に満足いただけるホテルチェーンであり続けたいと考えています。

ワシントンホテル(株) ワシントンホテルプラザ事業部長
常務取締役 小河嘉則

されています。

2004年度には、厨房の衛生管理向上の実現のため「花王衛生管理システム」をワシントンホテル(株)様チェーン全ホテルに導入。現場従業員の熱心な活動と花王の導入時教育、一連のフォロー活動が、衛生事故の防止に貢献しました。さらに、使用場面に応じた最適な洗剤を使用することにより、水使用量の削減も実現しています。

2005年度は客室清掃の品質向上と水使用削減のため、全国統一の清掃品質基準を策定する予定です。この一連の取り組みにより、ホテル業界の環境保全活動に貢献しています。

互いに協力し消費者サービスを実現(家庭品)

家庭品事業では、全国規模に展開する花王販売を通して、ビジネスパートナーである販売店(スーパー、ドラッグストアなど)への活動を行っています。

花王販売の役割は、販売店への花王商品の提供はもとより、商品と消費者の接点である販売店の繁栄を通してよりよい消費者サービスを実現することにあります。そのために、年に一度の全社的な情報交換の場である「販売店会」をはじめ、販売店との情報交換や協働でのさまざまな取り組みを推進しています。

販売店の繁栄への貢献

花王販売では、店舗を担当する営業担当者をストアアドバイザー(SA)と呼んでいます。SAは、花王のもつマーケティング情報や販売店の売上情報などに基づき、それぞれの販売店の課題解決に結びつく「提案型営業活動」を行っています。消費者の視点に立ち、来店される消費者の皆さんにより満足してもらえる品揃えや商品陳列、売場での効果的な情報発信に、販売店とともに取り組んでいます。

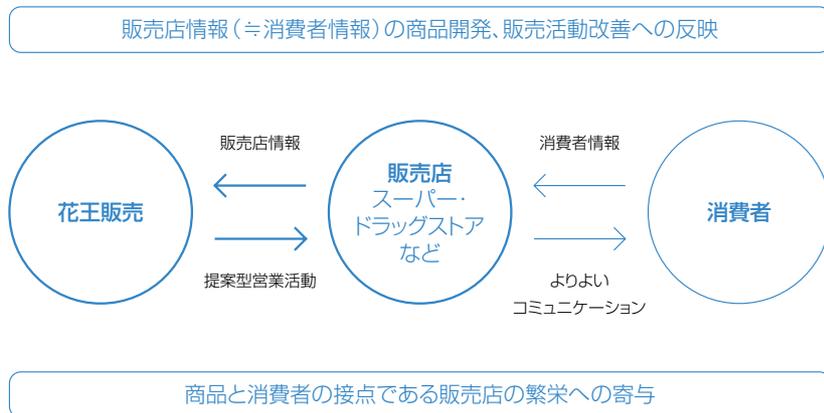
さらに、花王販売の各支社に「商品教育センター」を設置し、販売店への情報提供にも取り組んでいます。お店で消費者と接する販売店の皆さんに、商品の特徴、性能や使い方、市場の状況などを説明し、消費者とのよりよいコミュニケーションに役立てていただいています。

花王の活動改善への反映

販売店とは定期的に「情報交換会」を開催し、花王から新しい商品情報の提供や売場づくり・売り方についての提案を行っています。同時に販売店からは店頭での花王商品の売れ行きや消費者の反応などを踏まえたご意見をいただいています。

このうち商品についてのご意見は、商品開発へフィードバックし、消費者満足を高める商品の開発や改良につなげています。また花王の販売活動についてのご意見は、花王販売のよりよい活動へと結実するよう努めています。

販売店とのパートナーシップ



●販売店会での商品説明と意見交換

社員一人ひとりの多様性を尊重し、 仕事を通じて能力と人格を高めるよう支援します。

一人ひとりの社員が、仕事を通じて成長する企業風土の整備と教育を進めるとともに、多様性を尊重し、誰もが等しく能力を発揮する機会を得られるよう、イコール・パートナーシップを推進しています。

意欲をもつ人材が育つ企業風土を整備

人材開発の基本は、社員個人の成長と組織の発展が重なることです。個の成果の追求が、組織としての成果に結びつく制度をつくり、働きやすい職場環境と風土を整え、社員一人ひとりの力を企業の総合力として統合することが花王の人材開発の方針です。

そのために花王は、ビジネスのニーズを常に念頭におきながら次の3つのトレーニングポリシーで社員の能力開発を支援しています。

1) 『意欲と能力のある人材に質の高い教育機会を提供する』

意欲と能力のある社員には、組織の中核リーダーとして活躍できるように、高水準の充実した教育機会を計画的に提供する。

2) 『個人のキャリアステージに応じた基本教育をタイムリーに実施する』

キャリア段階と役割に合わせ、職務遂行に必要な知識とスキルを提供する。

3) 『自ら学ぶ姿勢を大切に、自己啓発を支援する』

仕事内容に応じ、知識・スキルが学べる多様なプログラムを提供する。

花王スピリットの浸透

創業以来110年あまり、花王はさまざまな困難な時期を乗り越え、今日を迎えることができました。その間脈々と継続されてきた花王スピリットをまとめた社内図書『絶えざる革新』を2003年6月に発行しました。これを機会に、社員が創業の精神や先人の教えについて深く学び、花王スピリットを理解し、企業活動のよりどころを確認し合える機会として講演会が全国各地で実施されました。2004年末までに、延べ112回開催(参加3,300人超)し、常に新しい価値を積み重ねることの大切さを学びました。

多様な人材が活躍する会社をめざす

ビジネスのグローバル化に伴い、多様な個の能力や個性がますます重要になるため、イコール・パートナーシップ(EPS)推進活動で社員の多様性を推進しています。EPS推進の具体的な活動は、主として「意識・風土啓発」「機会均等」「ワーク&ライフバランスの推進」の3つの分野で展開しています。

意識・風土啓発の活動は、「自分と異なる考えを受入れ、互いに自由にものが言える風通しよい職場風土」「差別・ハラスメントのない働きやすく能力発揮できる職場づくり」をめざしています。

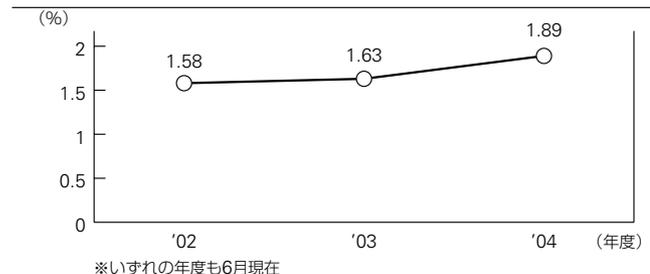
花王の研修プログラム体系(要約)

	全社教育	部門専門性	自己開発
管理職	経営候補人材プログラム ●経営課題アドバンス ●経営課題研究会 ●ビジネスリーダー研修 ●社外派遣	グローバルプログラム ●上級コース ●社外派遣 ●異業種交流 ●専門スクール	各種自己開発プログラム ●英語 ●PCスキル ●ビジネススキル ●資格取得 ●通信教育
中堅層	マネジメントプログラム ●ピープル・マネジメント ●中堅キャリアアップ研修		
担当層	ビジネス・ベーシックプログラム ●ステップアップ研修 ●フォローアップ研修 ●入社導入研修 ●入社前教育	基礎コース ●部門基礎知識	

新規採用者の推移(国内花王グループ)

		2002年度	2003年度	2004年度
正社員	女	154	39	87
	男	169	91	131
	計	323	130	218
契約社員	女	449	488	700
	男	27	12	13
計		476	500	713

障害者雇用率の推移(雇用義務のある国内花王グループ)



パワーハラスメント防止研修

以前からのセクシャルハラスメント・ジェンダーハラスメント防止に加え、2004年度からは、パワーハラスメント防止とそのためのコミュニケーション推進に取り組んでいます。EPS推進委員が中心となって、経営層から部門のマネジャー層までを対象に、全国で60回以上の研修を開催しました。一般社員も対象に今後も継続して開催していきます。

機会均等と女性の能力活用

花王は、これまで意欲と能力ある女性社員の活躍の場の拡大や、女性の採用拡大に努めてきました。女性の職域も広がり、女性社員の採用比率が増加しています。性別、国籍、中途採用、年齢などにかかわらず、さらなる能力発揮とキャリア構築の機会均等を継続的に進めていきます。

障害をもつ社員への取り組み

「障害のある人もない人も、共に働き共に生きる」ことを支援するために、障害者の雇用を積極的に推進しています。2004年度の障害者の雇用率は、雇用義務のある国内花王グループでは1.89%でした。また、障害をもつ社員を理解しスムーズなコミュニケーションが図れるよう、自発的な手話サークルなども活発に行われています。

ワーク&ライフバランス推進の取り組み

花王では、1980年代後半から仕事と家庭生活の両立への支援を行うワーク&ライフバランス推進活動を行ってきました。「能力以外の阻害要因をできるだけ取り除くことで、もてる力を十分発揮し、キャリア形成と仕事の成果につながる環境を整備する」という考えに基づき、社員個々の価値観と状況に合わせた多様な選択肢を設けています。育児・介護時の状況は特に人それぞれに異なるため、職場や職務、個人の状況に合わせた対応をとれるよう、本人・上司・人事担当者が三位一体となった「休職前・復職前面談」や「休職中のフォローの仕組み」を導入しています。

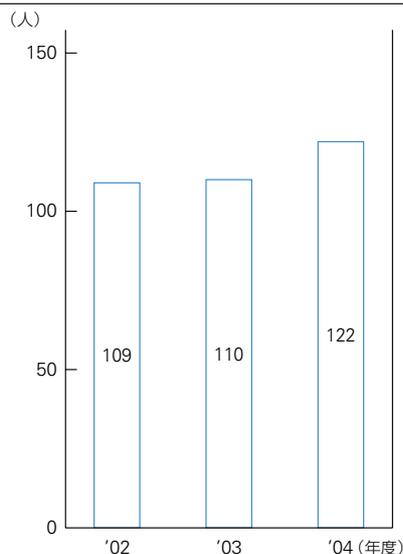
これらの取り組みは、各種支援制度のよりよい活用とスムーズな復職につながっています。出産・育児期の社内外の関連情報を一元化したイントラの情報サイト「メリーズひろば」も好評です。

社員意識調査「Find」の実施

花王では2年に1度、グループ全体で社員の意識調査（Find）を行っています。調査は「組織の機能状況」「諸施策の浸透度」「基盤となる強み」「満足度」の4つのフレームに自由記入を加えた設問で構成されています。

結果は全社に公表後、アクションプランを各部門で展開し、組織の活性化に役立てています。

育児休職取得者数（国内花王グループ正社員）



ファミリー・フレンドリー企業表彰「厚生労働大臣優良賞」受賞

花王は、2004年度ファミリー・フレンドリー企業表彰を受けました。仕事と育児・介護の両立など、多様かつ柔軟な働き方を選択できる制度と、何より制度が「絵に描いた餅」にならないよう、周囲の理解や支援体制を充実させることにより着実に成果に結びついていることが評価されたといえます。2003年度の女性社員の産前産後休暇取得率は100%、育児休職取得率は94%です。また復職率は100%となっています。

●育児支援制度を利用した小笠原夫妻

二人とも花王社員の小笠原明人・美羽夫妻は、子どもを保育園に送るために時差出勤を利用しています。「同僚も私の出勤に合わせ、ミーティングの開始時間を遅らせるなどの配慮をしてくれています」（明人さん）。「1年3か月の育休後、職場復帰しました。私の部署では急な早退や休暇、定時退社などの事情を踏まえ、限られた時間で能力を発揮できる環境を整えてくれています」（美羽さん）。



社員の健康づくりへの支援と、安全な職場環境の整備を推進しています。

社員の心身の健康と安全な職場を維持することは、すべての事業活動の基盤です。
この考え方のもと、社員の健康づくりの支援、職場の無事故をめざした労働安全活動、防災活動を行っています。

独自のシステムで社員の健康づくりを支援

社員自らが主体的に取り組むことを基本としながら、全員が心身ともに健康に仕事を続けられるよう配慮し、会社として社員の健康づくりを支援しています。

「問診入力・健康診断を受ける→産業医等の健康指導を受ける→健康目標を立てる→生活習慣改善にチャレンジする→1年後の健康診断で成果をみる」というサイクルを毎年繰り返していき、全社員が自らの健康の維持と改善に主体的に関わる仕組みをつくり、これを活動の基本としています。2003年度より健康づくり支援システム「元気くん」を導入し、社員の問診データや健康診断結果をイントラネットに登録できるようになりました。社員は自身の健康診断結果を時系列で把握でき、さらに自身の健康目標を確認できることにより、セルフケア意識の高まりが期待できます。これにより健康づくりサイクルをいっそう推進しています。

生活習慣改善への支援

予防活動に力を入れ、生活習慣改善の支援をしています。各事業場において、生活習慣改善に関するイベントやセミナーなど、生活習慣改善の機会を提供し、健康に対するセルフケア意識の向上を図っています。

メンタルヘルスケア

近年、仕事や職業生活に関するストレスを感じている社員が増えていることから、メンタルヘルス対策にも力を入れています。各事業場において管理者へのメンタルヘルス研修を実施し、健康相談室では職場のストレスや仕事の悩みについての相談を受け付けています。2004年7月には、外部専門機関を活用した「こころの健康相談」窓口を設置しました。

分煙の徹底

花王では、すべてのオフィスや工場喫煙ブースを設けるなど、徹底した分煙を行っています。

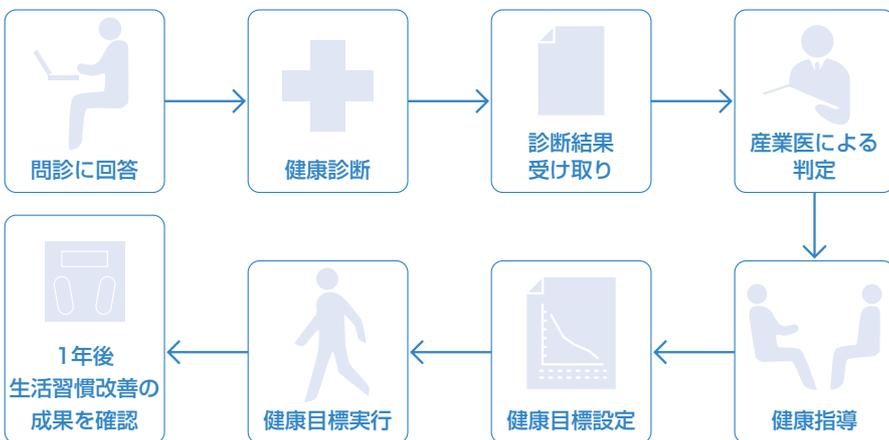
全社をあげて労働安全対策を実施

2004年の災害・事故事例と対応

生産技術・研究開発部門の労働災害は、2003年と比べ約3割削減しました。2004年からは機械運転中に発生した災害については生産技術部門の安全部会メンバーが発生工場で一緒に対策を検討し、多面的な対策の実施と安全に対する意識の再徹底を図ることができました。

事業部門や販売・物流の関係会社を含めた国内花王グループ全体

花王の健康づくりサイクル



2004年度 花王社員健康診断実績

健康診断受診率 99.9%

健康診断後の健康指導 78.5%*

※健康診断受診者のうち健康指導を受けた社員の比率

では、休業38名、不休を含めた全災害でみると108名でした。2005年は、特に災害発生の多い物流会社（花王ロジスティクス）について、規程類の見直し、機械設備と作業のリスクアセスメントを推進します。

一方、生産工場では過去10年間プラント事故は起こしていませんでしたが、2004年は、火災2件、小爆発事故1件が発生しました。いずれも初期消火により大事には至らず、従業員や近隣への被害はなく、生産への大きな影響もありませんでした。今後このような事故をゼロにするように、他の設備も点検しました。

リスクアセスメント

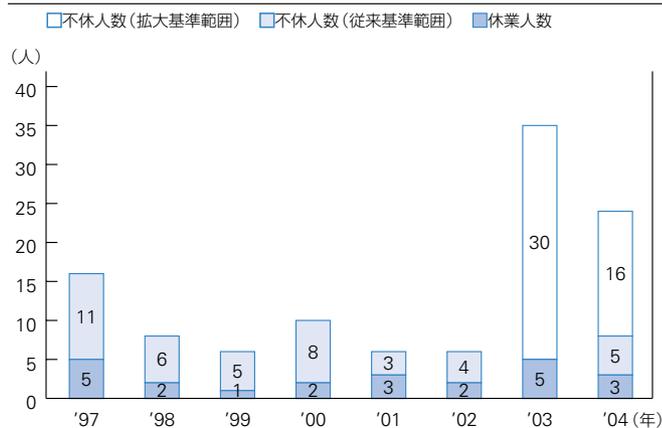
機械設備のリスクアセスメントは、2005年度中にすべての工場で完了予定です。しかし、リスクアセスメントを実施した設備において災害が発生したため、2005年度はISO12100をベースに見直した「機械設備安全規程」に基づき既存および新規設備の安全対策を進めていきます。さらに、安全な作業環境の実現に向け、作業に対するリスクアセスメントも実施しています。

連絡網の整備により災害時対策を推進

国内の大規模な地震等の災害発生時に花王グループ社員の安否確認を迅速かつ正確に行えるよう、電話による安否情報登録システムを構築し、2005年1月より運用を開始しました。今後、安否情報の登録徹底と、その情報を防災対策本部や各現地対策本部で活用しやすくする工夫を検討していきます。

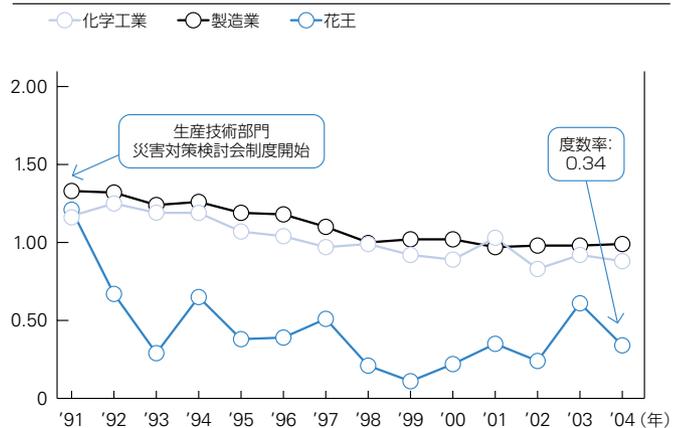
花王の各事業場だけでなく、販売、物流の主要拠点にも衛星携帯電話の配備が完了し、2004年11月に東南海地震発生を想定した全社の通報連絡訓練を和歌山工場の夜間総合訓練と同時に実施しました。生産技術部門では建物の耐震対策を実施しました。関係会社の建物については、建築された年から調査が必要と思われる建物をリストアップし、今後耐震調査を進めていきます。また、オフィス内のロッカー等の転倒防止対策も進めていきます。

生産技術・研究開発部門の被災者数推移



2003年から災害の基準を拡大し、従来は災害と考慮していなかった程度の軽いものまで含めています。

労働災害発生状況の推移（休業1日以上 の度数率[※]）



休業度数率は0.61→0.34、全災害度数率は4.24→2.73と、いずれも減少しました。
[※]度数率：100万延べ労働時間当たりの労働災害による死傷者数

地域社会との積極的な交流を通じて、 地域の一員としての責務を果たし、発展に貢献しています。

各事業場、工場のある地域社会の皆さんとの交流を積極的に図り、事業活動への理解を促進するとともに、地域貢献活動を通じて、健全で豊かな社会の実現に寄与できるよう努めています。

工場見学会を通じ地域の方々の理解を促進

花王の事業活動をよりよく知っていただくと同時に、地域社会の皆さんと意見交換を行う場として、国内の全工場で見学会を実施しています。工場見学会に参加いただいているのは、工場近隣住民の方々をはじめ小学生から大学生までの学生の皆さん、町内会やその他の団体の皆さんです。2004年度で2万数千人の見学者がありました。東京工場には花王の商品に関連した家庭生活の変遷が理解できる「小博物館」があり、好評をいただいています。

和歌山工場「小学生親子見学会」

2004年7月、夏休みの特別企画として和歌山の地域新聞で募集した親子約200名に参加いただき、地域の皆さんとのふれあいを目的とした工場見学会を開催しました。洗剤を使った実験や、工場の製造ラインをみていただき、花王の事業活動や環境保全の取り組みについて説明をしました。

参加した小学生の皆さんから、手紙で「楽しかった」「機械が多くて驚いた」など、感想をいただきました。自由研究に役立てて、まとめた資料のコピーを送ってくださった小学生もいました。このような地域に貢献する取り組みを、今後も継続していきたいと考えています。



●和歌山工場「小学生親子見学会」商品説明風景

工場所在地での地域イベントへ積極的に参加

川崎工場「交通安全の日の街頭指導および広報活動」

市民一人ひとりが交通安全について考え、交通事故防止の徹底を図ることを目的に、川崎臨港交通安全協会会員76社が主体となり、「交通安全の日の街頭指導」を年4回、4、7、9、12月に川崎区内主要交差点で実施しています。

4~5社でチームを組み、年少者、高齢者や一般歩行者に交差点横断時の安全確保、また自転車や二輪車の正しい横断の仕方など交通ルールの遵守と正しい交通マナーの現場指導を行っています。

酒田工場「エネルギー・環境セミナー」への参加

2004年11月に酒田市文化センターで開かれた「エネルギー・環境セミナー」に参加しました。このセミナーは、エネルギーと環境問題を生活者の問題として考え、行動を起こすことを目的として、(財)電力中央研究所、(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会(NACS)主催により行われたもので、花王も地域企業の代表として、企画の段階からさまざまなお手伝いをさせていただきました。

電力中央研究所による「エネルギーのある暮らしの未来」と題した講演と、小学生による環境取り組み発表が行われ、日頃取り組ん



●酒田工場「エネルギー・環境セミナー」への参加

でいる「緑を育てる活動」や「省エネ、省資源活動」が報告されました。パネルディスカッションでは小学校の教員、父兄、地元大学の学生、地域行政代表、花王からも出席し、各々の取り組みについて活発な議論が交わされました。今回のセミナーは子どもたちから大人たちへのメッセージとして受け止める人が多く、実りあるセミナーとなりました。

酒田工場と愛媛サニタリープロダクツ(株)

「花王ファミリーコンサート」

花王の工場所在エリアの方々に質の高い音楽にふれ、音楽や芸術を楽しむ心を育てていただきたいとの願いから、「花王ファミリーコンサート」を開催しています。地域貢献と社会・文化活動を融合した花王ならではのプログラムです。

2004年度には、酒田工場のある酒田市と愛媛サニタリープロダクツ(株)のある西条市で開催しました。



●「花王ファミリーコンサート in 酒田」

Topics

花王ブラنزの地域貢献活動

花王ブラنز Jenny A. Hudson



花王ブラنزは米国オハイオ州シンシナティに本社があり、欧米のヘアケア、スキンケア市場に向けて、女性の美と生活の質の向上をめざしたプレミアムブランドを提供しています。

私たちは、消費者や社員だけでなく、地域社会にも支援を行うことが企業市民としての責任と考えています。私たちは、特に乳がん治療や家庭内暴力の防止など女性が直面する問題をサポートする慈善団体や市民団体を中心に援助を行っています。2004年は“United Way”や“American Cancer Society”など9団体に約50,000ドルの寄付を行いました。

花王(スペイン)の地域貢献活動

花王(スペイン) Antonio Mateo



花王(スペイン)は、欧州市場を中心に工業用製品を製造販売しており、バルセロナ郊外に3つの生産拠点をもっています。

地域社会への文化推進活動として、生産拠点のあるオレッサ市の社会、歴史研究の表彰、音楽学校設立への寄付、同じく生産拠点のあるモレシ市に関する本の出版への資金提供を行っています。また、教育活動への支援として、地域の学校の工場見学受け入れ、バルセロナ大学との協働による化学専攻学生の実地学習機会の提供など、積極的な活動を行っています。

今後も地域社会と密接な協力関係を結び、共存共栄に努力したいと思っています。

豊かな社会の実現に寄与するために、 次世代の育成をテーマに、社会貢献活動に取り組んでいます。

教育、バリアフリー社会の推進、芸術などのさまざまな分野で、次世代育成をテーマにした社会貢献活動を行い、豊かな社会とその持続的な発展に寄与しています。ここでは2004年度の主な活動を紹介します。

次世代の育成をめざし社会貢献活動を展開

花王・教員フェローシップ

国際NGOアースウォッチの日本支部である特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパンと協働で、「花王・教員フェローシップ」を行っています。次世代を育成するキーパーソンである小・中学校の教員の方々を、夏休みの一定期間、海外の野外調査プロジェクト(生物の多様性に関する調査)にボランティアとして派遣しています。一流の科学者のもとで、野外調査を通じて得られた貴重な体験や感動を、それぞれの地域や学校での環境教育に活かしていただくことを目的としたプログラムです。

2004年度には福島県1名、栃木県2名、東京都2名、神奈川県2名、愛知県1名、和歌山県1名、沖縄県1名、合計10名の先生が参加されました。2005年度には14名の先生を派遣予定です。

バリアフリー社会の推進

障害のある人もない人も誰もが暮らしやすい社会をめざして、花王はバリアフリーを推進する活動を継続しています。その一環として、(財)共用品推進機構と協力して、さまざまな障害を抱える方たちの生活や気持ちの理解を深めるビデオを制作し、学校の授業などに無料で貸し出しています。

社会貢献の活動方針

1. 次世代の育成に役立つ活動を行います。
2. 地域の社会・文化の発展に貢献することを目指した活動を行います。
3. 持続可能な社会に向けて、環境を守り育てる活動を行います。
4. 社会的支援として、バリアフリー社会を推進する活動を行います。
5. 花王の持つ資源を有効に活かせる活動を行います。
6. 一人ひとりの社員が良き市民として、社会的活動に参加できるような風土をつくります。

2004年度にはこれまでのビデオ4部作が、消費者教育の推進に貢献する優秀な作品として、(財)消費者教育支援センターの「第3回消費者教育教材資料表彰」で、最優秀賞を受賞しました。

東京音楽コンクールを主催

2003年度より若手音楽家の発掘・育成を目的に、東京文化会館が設立した「東京音楽コンクール」を主催しています。入賞者には翌年度から5年間、単独でリサイタルを行う際に東京文化会館が協賛し、オーケストラとの共演やコンサートにソロ演奏家として推薦するなど、育成に重点をおいたコンクールです。

美術館連絡協議会への支援

芸術にふれる機会を一人でも多くの方に提供したいとの願いから、花王は1982年度より(株)読売新聞東京本社と協働して美術館連絡協議会の支援を行っています。この協議会には全国の公立美術館116館が参加しており、2004年度は全国の美術館を巡回する「巡回美術展」を27企画、延べ56館で実施しました。その他、学芸員の海外派遣、研究助成なども行っています。



●花王・教員フェローシップ、プロジェクト参加の様子



●東京音楽コンクール表彰式

花王・みんなの森づくり活動

「花王・みんなの森づくり活動」は、2000年度から(財)都市緑化基金と協働で行っているオリジナル緑化プログラムです。生活の身近な緑を守り育てる活動(森づくり活動)に取り組む、全国の市民団体、NPOなどの活動を支援しています。2004年度より、すでに緑化活動に取り組んでいる団体への助成(プロジェクト助成)のほかに、新たに森づくり活動に取り組む団体や設立後1年未満の団体の活動を、3年間継続して支援する「スタートアップ助成」も開始しました。

これまで、全国の市民団体、NPOなど140団体に支援を行い、2004年度は新たにプロジェクト助成31団体、スタートアップ助成4団体の支援を決定しました。

● 助成対象団体→P.58

ハートポケット倶楽部

「ハートポケット倶楽部」は、2004年4月に発足した、国内花王グループ社員による社会的支援を目的とした社員参加型寄付プログラムです。主旨に賛同する社員が会員となり、毎月の給与から任意の金額を基金として積み立てています。その基金は、NPO、NGO、市民団体へ寄付するほか、会員の社会貢献活動実施に関わる助成、広域災害発生時の支援に役立っています。寄付先には、花王が同額を上乗せするマッチングギフトを行っています。

2004年度はNPO、NGO団体への寄付21件、広域災害支援7件を行いました。2005年3月時点での会員数は1,388名です。

また、2004年度支援先のNPO、NGO15団体による活動報告会を行い、NPO、NGOと社員との交流の機会をもちました。寄付会員である社員からは、「自分たちの寄付が実際にどのように社会に役立っているのか実感できた」「皆さんの真摯な活動に心打たれた」などの声が寄せられました。日頃の仕事ではなかなか接することのできない多様な社会活動にふれ、社員の視野も大きく開かれたようです。

● 災害支援寄付金額→P.58

Topics

財団法人 花王芸術・科学財団

1990年に花王創立100周年を記念して、「(財)花王芸術文化財団」を設立。美術・音楽を中心とする芸術文化を幅広く助成してきました。97年には学術研究にも事業を拡大し、名称も「(財)花王芸術・科学財団」に変更。芸術文化と科学技術への助成に加え、文・理を融合する新しい総合研究への支援も行っています。



● 小学校低学年向け
バリアフリー学習ビデオ



● 美術館連絡協議会
巡回美術展ポスター



● 花王・みんなの森づくり活動、支援先団体活動の様子



● ハートポケット倶楽部、支援先団体活動報告会

サプライヤーの皆さんとの公正な取引を徹底するとともに力を合わせて社会的な課題に取り組んでいます。

日々の仕事において公正で透明性の高い取引を徹底するとともに、力を合わせてサプライチェーンマネジメントの充実を図り、環境をはじめとする社会的な課題解決に向けて、パートナーシップを築いています。

公正・公平なパートナーシップを推進

包材、容器、原料、機器等のサプライヤーの皆さんは、花王が企業活動を推進していくうえで不可欠のパートナーです。業務の目的や情報を共有するとともに、下欄の「原材料調達基本方針」に基づいて公正・公平で誠実なルールを定め、相互のパートナーシップの構築に取り組んでいます。

お取引先満足度調査の実施

サプライヤーの皆さんとは、常に商談などの取引を通してコミュニケーションを重ねていますが、満足度調査や検討会、共同活動などによりさらに相互の信頼を深めるよう努めています。

花王の取引活動を客観的に評価するために、主な取引先160社に対し匿名のアンケート調査をおよそ2年に1回お願いしています。評価項目は業務を進めるうえで十分なコミュニケーションがとれているか、取引は公正・公平であるか、法や倫理が守られているかなどです。得られた結果は社内で検討するとともに取引先にも公表し、改善目標を定めて業務のレベルアップに努めています。

品質会議の開催

品質に課題の多い分野の原材料については、該当するサプライヤーと品質会議を開催しており、2004年度は35社とのべ60回開催しました。この会議では、花王からは購買部門、研究開発部門、生産技術部門などの関係者が参加して、課題をピックアップし、対策とその効果を互いに確認して原材料の品質向上を図っています。

グリーン調達、グリーン購入

2004年4月に花王の「グリーン調達基準」に基づき、国内の原材料主要サプライヤー323工場の環境マネジメントシステム(EMS)の評価を実施しました。その結果、94%に相当する工場が基準を満たしていることを確認しました。基準に達していない工場にはEMSの構築およびレベルアップのお願いをしました。

グリーン調達と同様に、OA機器や文房具などの一般購入品についても、グリーン購入を行っています。コピー用紙・文具類の2004年度グリーン購入金額比率は75%でした。

原材料調達基本方針

花王は遵法と高い倫理観に基づき、公正・公平な購買活動をします。

花王は購買活動においても環境や安全などに十分配慮し、企業の社会的責任を果たす努力をします。

- | | |
|---------|--|
| 1.公正・公平 | (1) 購買取引を行うにあたり、原材料の品質、価格、納期、その購入先の企業経営の安定性、製造・供給能力、環境保全への取り組みなど、合理的な基準に基づき、公正に取引先を決定します。
(2) 購買取引を行うにあたり、国の内外問わず、お取引先には公平に競争の機会を提供します。 |
| 2.遵法・倫理 | (1) 購買取引を行うにあたり、関連する法律を遵守し、その精神を尊重した上で業務を遂行します。
(2) 購買取引を通じて知り得たお取引先の機密情報を守秘します。
又第三者の知的財産権などの権利を侵害するような購買取引は行いません。
(3) 購買取引を行うにあたり、弊社製品・サービスの販売を目的とする相互取引は行いません。
(4) お取引先との「接待・贈答」は社会常識の範囲内とし、社内基準に従います。
又購買部員個人はお取引先との接待・贈答品の授受を原則として禁止しています。 |
| 3.社会的責任 | (1) 購買取引を行うにあたり、「持続的発展可能な社会の実現」への貢献を目指し、資源保護・環境保全や安全、人権などに十分配慮し、企業としての社会的責任を果たす取り組みをします。
(2) お取引先と必要な情報を交換しあい、取引の条件や相互の行動などについて真摯に評価しあい、相互のレベルアップに努めます。 |

株主・投資家の皆さんの支持と信頼に応えるため、 企業価値の向上と、情報の開示を積極的に推進しています。

利益ある成長により株主還元を継続することで、株主・投資家の皆さんの支持と信頼に応えるよう努めています。
また、透明性が高く、公平で迅速な情報開示を進め、皆さんの声を積極的に経営に活かしています。

利益ある成長を通し株主還元を継続

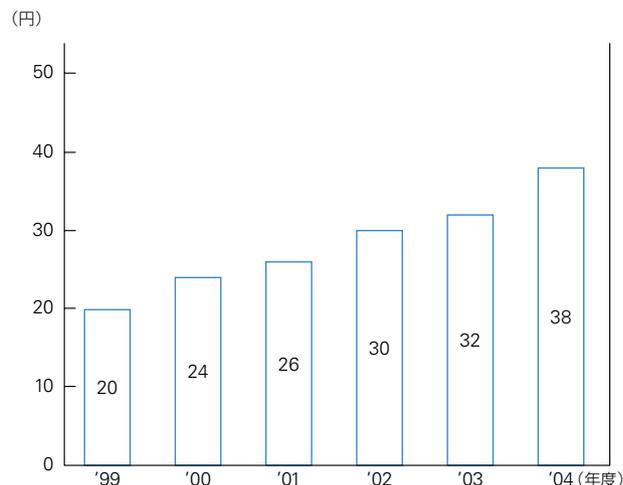
花王は商品の高付加価値化により、国内家庭用製品事業のシェア拡大、海外家庭用製品事業の成長加速、工業用製品事業のいっそうのグローバル展開を実現し、利益ある成長を続けることをめざしています。花王の株主配当は、当期純利益の増加とともに15年連続で増配を続けており、2004年度は1株当たり年間38円で、5年前の1.9倍になりました。連結での配当性向[※]の目標を従来の30%から、今後40%程度にして、配当金が継続的に増加するよう努めていきます。これまで連続増配を更新してきたことによって過去に2度、東京証券取引所から表彰されています。

- ・第9回表彰会社(2000年10月) - 10年連続増配
- ・第4回表彰会社(1995年9月) - 5年連続増配

また、花王では、資金の使途を設備投資や事業買収など、企業価値を高めていくことを優先していきませんが、それでも余剰となる資金がある場合は、弾力的に自己株式の買入れを行っています。1999年に買入れが可能になって以来、2004年度までの累計で当初の発行済み株式数の18%、1億1千万株の買入れを実施しており、1株当たり当期純利益のさらなる増加を図っています。

[※]配当性向：当期純利益のうち配当金としてどのくらい支払われているかを百分率で表したものの。

1株当たり配当金の推移



透明性の高い情報を公平、迅速に開示

国内外の株主・投資家の皆さんに、花王の状況をできるだけ早い時期に、正しく理解していただけるよう、花王は決算発表の迅速化に20年以上前から取り組んでおり、2004年度決算は期末日から15営業日で開示しています。また、発表日には花王のホームページに決算に関する資料を和文・英文で掲載しています。さらに、積極的な情報提供の一環として、ニュースリリースや投資家情報ホームページの更新情報をeメールでお知らせするサービスを2002年6月に開始しました。

また、株主総会、決算説明会での質疑応答やアンケート、投資家情報ホームページへの問い合わせなどを通じて株主・投資家の皆さんからいただいた意見を、トップマネジメントをはじめ関連部署に適宜フィードバックし、経営とIR活動の改善に役立てています。今後も双方向コミュニケーションの充実に努めていきます。

情報開示の取り組みに対する表彰

花王は以前より株主・投資家の皆さんへの情報開示に積極的に努め、その取り組みが表彰されています。たとえば、第7回IR優良企業賞に関しては、「トップに対する市場からの信頼が高い。決算説明会では、海外戦略や自社株買いなど投資家の関心が高いテーマについて社長が自ら答えている。IR担当者の対応も適切で、投資家やマーケットの意見を汲み上げ、経営に反映させている点が好感をもたれている。商品のセグメントが多いが、情報開示状況はよく、開示自体も早い」というのが受賞理由でした。

最近の主な表彰

2004年1月 平成15年度 東京証券取引所 ディスクロージャー表彰
2002年12月 日本インベスター・リレーションズ協議会 第7回 IR優良企業賞
ディスクロージャー表彰：東京証券取引所が、企業内容などを適時・適切に投資家がわかりやすい形で開示しているなど、ディスクロージャーに積極的に取り組んでいる上場企業を対象にしたもの。
IR優良企業賞：日本インベスター・リレーションズ協議会が会員企業のなかで毎年、IR活動を積極的に行った企業を表彰するもの。

地球環境とともに

事業活動のあらゆる段階での環境への影響を把握し 負荷の低減に取り組んでいます。

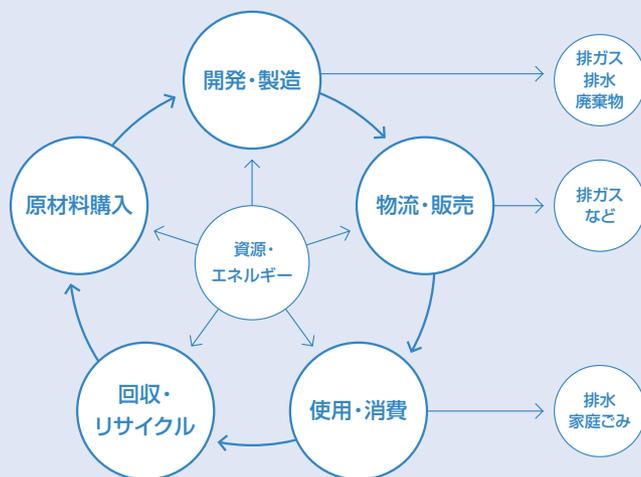
花王は化学物質を原料に、消費者の皆さんに毎日使っていただく商品をつくっています。原料となる化学物質の主なものは天然の油脂や石油であり、常に省資源に心がける必要があります。また化学物質は、製造段階、使用段階、廃棄段階での生態系や人体への影響に配慮する必要があります。

生産や物流といった活動には、電力や燃料といったエネルギーが必要であり、資源問題のほか、大気排出ガスによるさまざまな環境への影響があります。また、生産工程や家庭での使用・廃棄に際しては、水資源の使用や排水による生態系への影響、さらには上下水道設備などの社会的インフラのエネルギー使用などがあります。さらに、商品の容器包装材は、資源問題と同時に、ごみとして処分する際のさまざまな問題を考慮する必要があります。

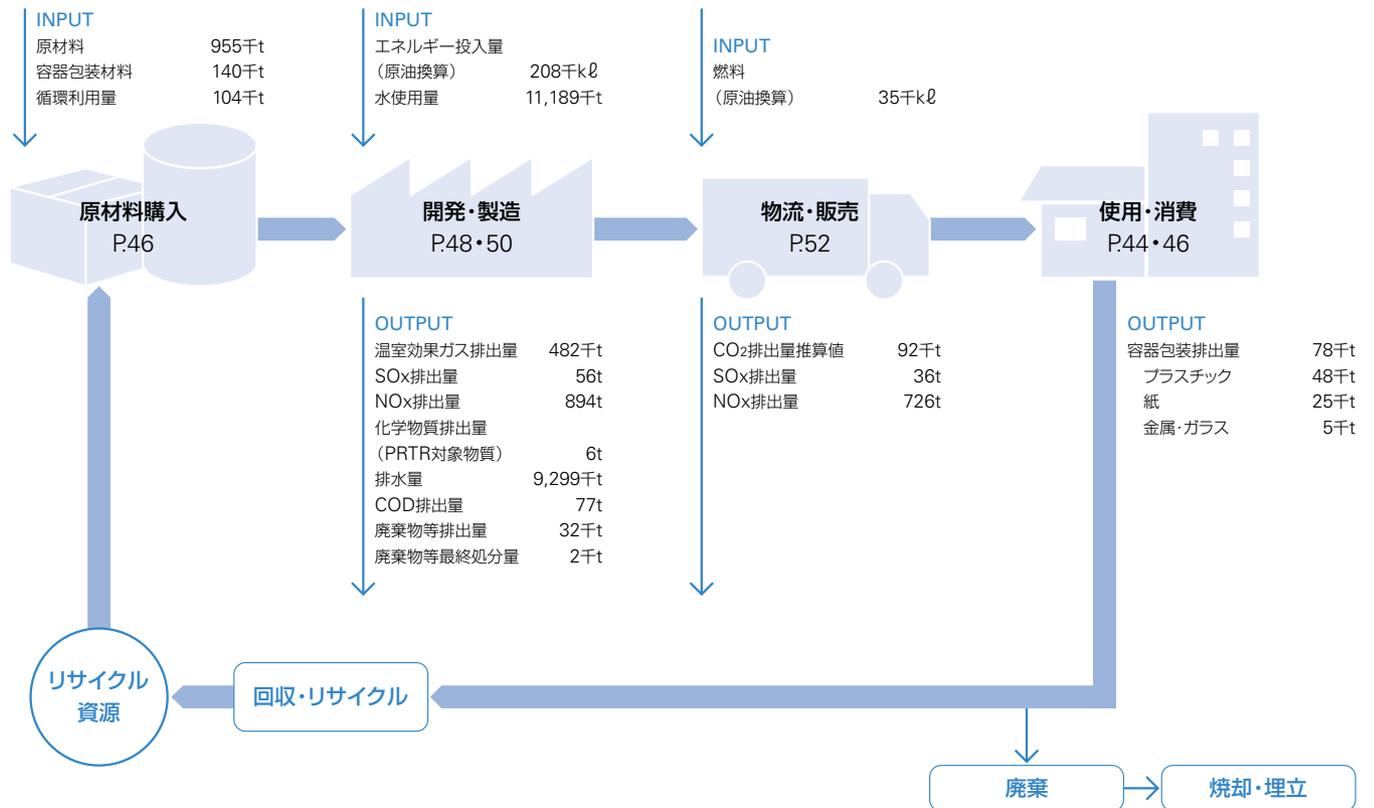
花王は、人々の暮らしに役立つ商品の提供をめざすとともに、事業活動に伴いこのようにさまざまな環境影響があることを認識し、できる限り環境負荷を減らし、その影響やリスクを小さくしなければならないと考えています。そこで、事業活動の各段階でどのような環境負荷があるのかをできるだけ数値で把握し、トータルで負荷を低減するために自主的な活動を進めています。

なお、重要な課題には数値目標を掲げ、重点的に取り組みを推進しています（P.15）。

商品ライフサイクルと環境の関わり



事業活動のライフサイクルと環境負荷



各指標の意味、定義

原材料

商品を製造するために直接使用する原材料の量(ただし、容器包装材料、燃料等は除く)

容器包装材料

販売された商品に使用した容器包装材と段ボールの量の合計

循環利用量

生産および研究活動により発生した廃棄物等のうち、花王の内部で再資源化している量

エネルギー投入量

生産活動で消費するエネルギー量(ただし、直接生産に寄与しない事務用、研究活動で消費する量は含まない)

水使用量

水の全使用量

温室効果ガス排出量

事業活動で排出する温室効果ガス(京都議定書で定められた6ガス)の量(ただしCO₂換算値)

SOx排出量

各ばい煙発生施設からの排出量の合計

NOx排出量

各ばい煙発生施設からの排出量の合計

化学物質排出量

PRTR対象物質の大気および水域への排出量

廃棄物等排出量、最終処分量

生産活動により発生した廃棄物等のうち、廃棄物、再資源化物として外部に処理委託あるいは売却した量および最終処分量

排水量

各生産工場からの排水量の合計

COD排出量

排水量に排水中のCOD濃度を乗じて求めた値

燃料

家庭用製品(工場から物流拠点まで)と、工業用製品の輸送量推計値から求めた原油消費量

CO₂排出量推算値

家庭用製品(工場から物流拠点まで)と、工業用製品の輸送量推計値から求めたCO₂排出量の推算値

容器包装排出量

販売された商品に使用した容器包装の量(段ボールは含まない)

界面活性剤の環境安全性の把握

衣料用洗剤などの家庭用製品は、使用した後、最終的に環境中に排出されることから、これらの商品が自然環境中の微生物により速やかに分解される(生分解性が高い)とともに、水生生物などの生態系に対して、悪い影響を及ぼさないことが重要です。花王では、このような観点から環境に配慮した商品の開発に努めていますが、これらの商品を使用した後の、河川などの自然環境に与える影響にも注意を払い確認を行っています。

具体的には、業界団体である日本石鹼洗剤工業会の環境安全専門委員会での会員企業と協働でPRTR法対象物質のうち、直鎖アルキルベンゼンスルホン酸塩(LAS)、ポリ(オキシエチレン)＝アルキルエーテル(AE)、N,N-ジメチルドデシルアミン＝N-オキシド(AO)、ビス(水素化牛脂)ジメチルアンモニウム＝クロリド(DHTDMAC)の4種の界面活性剤について、ハザードデータの収集・整理や環境モニタリングなどによる実際の暴露評価(P.48参照)を行い、生態系に対するリスク評価を行っています。多摩川などで年4回の調査を毎年繰り返して、河川水中の界面活性剤が生態系に悪影響を及ぼすリスクは非常に小さいことが確認できています。

また、PRTR法対象の上記4種界面活性剤の化学物質の排出・移動量は国によって集計されています。2003年度の公表値によると、下水道への移動量はLASが57,231トン、AEが52,505トン、AOが

2,690トン、DHTDMACが609トンでした。自然環境への排出量はLASが20,988トン、AEが19,905トン、AOが954トン、DHTDMACが229トンであり、昨年度公表の排出量に比べて同等かあるいはわずかに減少しています。しかし、これらの河川水中濃度は生分解されることなどにより水生生物に影響しないレベルであることが確認されています。

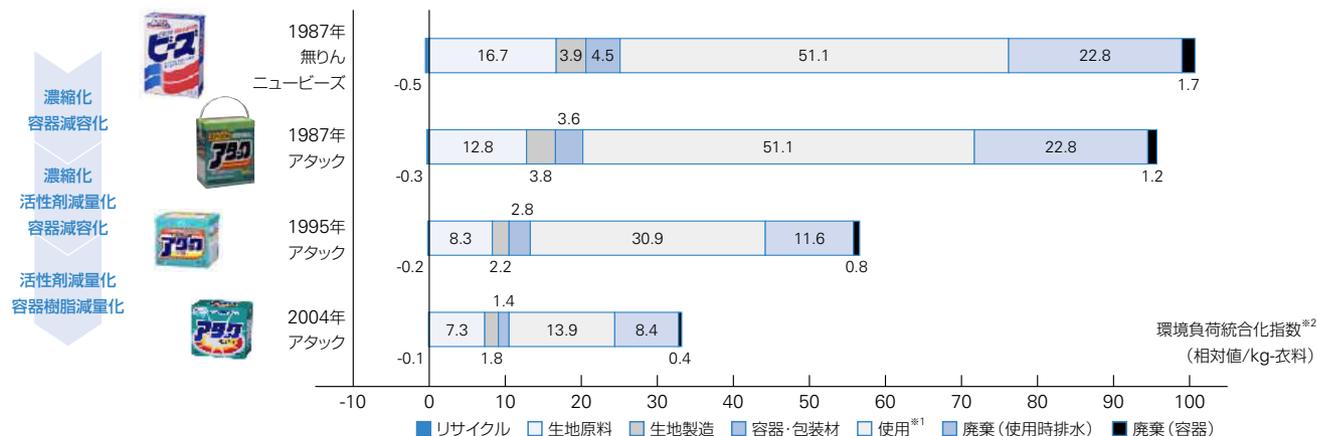
安全性評価に関する花王の世界への貢献

高生産量化学物質(HPV)の安全性点検プログラムは、経済協力開発機構(OECD)主導で1987年に世界的に整備が開始されました。この活動は主に各企業の自主的な取り組みとして進められており、「Product Stewardship Mind: 自社が製造した化学物質は自社が責任をとるという考え方」、すなわち、企業の社会的責任に対する姿勢が大きく反映されます。

花王も2000年からHPV活動を開始し、米国石鹼洗剤工業会が主催するHPVコンソーシアムへの参加に加え、世界の同業他社と協力して安全性情報の収集とデータ取得を進めています。

具体的には花王が貢献している化学物質グループは、LAS(洗剤の主界面活性剤)、高級アルコール(化粧品用助剤、工業化学製品原料)、アミンオキシド(界面活性剤)、ナフタレンスルホン酸(コンクリート用助剤のポリマー原料)、エチレンビスアמיד(プラスチック用助剤)であり、種類や用途も多岐にわたっています。

花王衣料用洗剤の環境負荷変遷



※1: 87年2槽式、95年全自動、04年全自動(洗たく機メーカーのカatalog値から計算)

※2: 環境負荷統合化指数(LCI): 洗剤のライフサイクル全体(原料採取から商品の廃棄、リサイクルまでのすべての段階)から排出される環境負荷および原油などの資源消費量(coal, LNG, oil, CO₂, NO_x, SO_x, dust)を(独)産業技術総合研究所LCA研究センター(LCAプロジェクト)が開発したLIME手法により1つの指標に統合化したものを無りんニュービーズを100として指数化した値。なお、LCI算出に用いる一部データとして、JLCA-LCAデータベース2004年度版2版を使用。

容器包装の削減・再使用・再生使用のために、 つめかえ・つけかえ用商品の開発などを推進しています。

循環型社会の実現に向けて、容器包装のリデュース、リユース、リサイクルの「3R」を進めるために、
つめかえ・つけかえ用商品の開発や、容器包装の再資源化を積極的に実行しています。

「3R」にも品質同様の配慮

花王の容器包装の「3R」は、次の3つにまとめることができます。

- 1) 中身の濃縮と商品のコンパクト化(リデュース)
- 2) つめかえ・つけかえ用商品による本品容器の再使用(リユース)
- 3) 使用済み容器を再生樹脂・再生紙として再利用(リサイクル)

以下のような「3R」の取り組みにより、容器包装材料使用量を削減してきましたが、2004年度は茶飲料「ヘルシア緑茶」やヘアケア商品「アジエンス」などの新製品の発売により、2003年度に比べて3,700トンの増加となりました(下欄)。

コンパクト化とつめかえ用商品によるリデュース

柔軟仕上げ剤「ハミング」を例にとると、従来の1/3の量で同等の性能を実現する中身の濃縮化を1988年に行いました。これにより商品をコンパクト化し、原料だけでなく、容器包装材料を減らすことができました。また商品1個当たりの物流CO₂を削減することもできました。1994年にはつめかえ用を発売し、容器包装材料をさらに削減しました。

この結果、2004年度の柔軟仕上げ剤の容器包装材料の重量と廃棄時の体積を1987年に比べて、それぞれ36%、22%に削減しました(下欄)。

容器包装材料使用量の推移

(単位:トン)

	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
プラスチック	46,100	45,000	42,800	46,800	48,400
紙	21,500	21,600	21,000	26,000	25,200
段ボール	57,200	57,200	56,400	60,300	61,900
他	3,600	3,500	3,100	3,300	4,600
合計	128,400	127,300	123,300	136,400	140,100

つめかえ・つけかえ用商品によるリユース・リデュース

容器包装材料の削減は、家庭ごみの削減にもつながります。花王では、容器包装を家庭内で繰り返し使っていただけるよう、つめかえ・つけかえ用商品を積極的に発売しています。

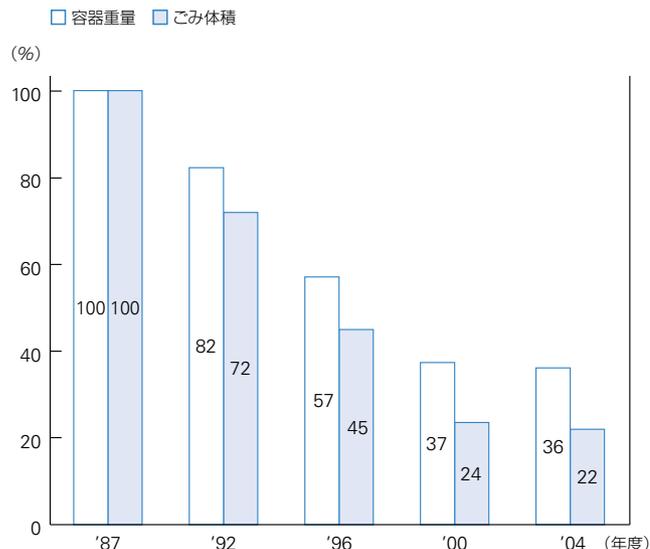
たとえば、全身洗剤「ビオレu」の場合、パウチタイプのつめかえ用(420ml)は、本体ボトル(580ml)と比べ、容器包装のプラスチック使用量を重量で約15%に、廃棄時の体積で約2%に削減できます。

1990年代半ばから始まったつめかえ・つけかえ用商品は順調に伸びており、消費者の皆さんの生活に浸透してきていることがわかります。2005年3月現在、つめかえ用商品は77品目、つけかえ用商品は19品目で、2004年度のつめかえ・つけかえ用商品への転換率は商品分類によって異なりますが、48~89%となっています。

転換率とは、本体ボトルとつめかえ商品の販売本数の比率です。たとえば柔軟仕上げ剤の転換率は89%ですが、これは本体ボトル1本に対し、平均して8回つめかえて使用していただいていることを意味します。

● 環境配慮商品データ→P.62

ハミング従来品と比べた包装材料使用量の削減



再生材料の利用(リサイクル)

商品の容器包装への再生材料の使用も積極的に推進しています。洗剤、石けん、ヘアカラー、歯みがき、入浴剤などの容器包装には再生紙を使用し、また、洗剤のボトル、歯磨きチューブ用のトレイなどに再生樹脂を使用しています。

たとえば「アタック」等の衣料用粉末洗剤では、紙箱とふたには再生紙、計量スプーンには再生ポリプロピレン樹脂などを使用しています。さらに、再生材料の利用を進めるだけでなく、使用済み容器を再生しやすくするために、「アタック」では容器のつり手をなくすといった細かな工夫もしています。

● [商品にみる花王の社会・環境への配慮](#)→P.7

Topics



新工場移転を機会に環境保全を 全員参加の活動に

泰国花王実業 Dararat Seenathong

2004年の暮れにタイのアンダマン海を襲った津波によって、ブーケット島を中心として美しい海岸線は大きなダメージを受けました。幸い、泰国花王実業は被害がありませんでしたが、日本からの災害支援に対しタイの国民としてお礼を述べたいと思います。

私は大学で環境科学を学び、それを活かせるよう泰国花王実業に2年前、就職しました。今は環境安全担当のグループの一員として、工場の環境負荷データの整理や環知安システムを通じてのデータ管理の仕事をしています。仕事をしているなかで感じたのは、環境保全活動がまだまだ全員参加の活動に至っていないということです。今年新工場ができあがり、泰国花王実業では少しずつ生産を新工場に移行しています。新工場に移ることを機会に、環境保全活動を工場みんなの活動にさらにレベルアップし、広げていきたいと気持ちを新たにしています。

アンダマンの海は津波により大きな被害を受けましたが、砂浜も海もまだまだきれいです。被災地の復興のためにも、日本からは非観光に訪れていただけることを願っています。また、この自然の美しさ、人々のたくましさを見ると、これからも貴重な自然環境を守っていかなければならないと強く感じています。

容器包装の縮小化



従来の柔軟仕上げ剤商品



濃縮化商品



つめかえ用商品

化学物質を安全に取り扱うために、 調達から排出まで一括して管理しています。

化学物質の循環リスクの把握や軽減を図るため、PRTR法に則った管理、物質安全性データシート(MSDS)の発行・管理に取り組むとともに、独自に開発した化学物質総合管理システムにより、リスク評価と管理をトータルで行っています。

独自のシステムにより化学物質を総合的に管理

花王は家庭用製品、工業用製品等約3,500種類の商品を製造・販売しており、その原料は約10,000種類に及んでいます。原料は、天然物であれ人工のものであれ、すべて化学物質に分類されます。これらの化学物質を適正に取り扱うため、一つひとつの性質と状態を把握したうえで、次の4つの手順に従ったリスク評価と管理を行っています。工業用製品については使用時の暴露条件まで把握することが難しいケースが多いので、主にハザード情報に基づいた管理を行っています。

- 1) ハザード情報(それぞれの物質が有している危険性の把握)
- 2) 暴露情報(使用される場面、方法、量の把握)
- 3) リスク評価(上記情報から、危険性が顕在化する確率の見積もり)
- 4) リスクの大きさに応じた管理方法の設定

このリスク評価と管理を推進するため、マスターインデックス(MI)という化学物質識別コード体系をベースとした「化学物質総合管理システム」を独自に開発し、原料の調達から排出までの各プロセスを通じて総合的に管理しています。このシステムは、MI、法規制データベース、MSDS*1作成・閲覧システム、原料品質情報一元管理システム、化学品製品起案システム等を統合化しており、現在、商品も含め約25,000件の化学物質の情報が総合管理されています。

調達—グリーン調達の開始

原料を取引先から購入する際は、従来より原料品質規格証明書や物質安全性データシート(MSDS)を購入先から入手し、これらの化学物質を管理していました。

2004年4月からはグリーン調達を開始するにあたり、花王の化学物質総合管理基準(使用禁止物質、使用削減物質などを規定したもの)を取引先に開示しています。取引先には従来からの品質規格証明書に加えて、必要に応じて「特定の化学物質含有情報シート」の提示を依頼しています。化学物質総合管理基準に合致した原料であるかを確認し、購入することとしています。

使用・製造—使用基準を設定(化学物質総合管理基準)

花王では、商品に使用する原料を選択する際の基準として、化学物質を4つのランクに分けています。

- ・使用禁止物質：花王での使用を禁止している化学物質(PCB、アスベストなど)
- ・使用削減物質：将来の全廃をめざして削減する物質(オゾン層破壊物質、特定重金属など)
- ・取扱注意物質：リスクに応じて慎重に取り扱う物質(PRTR法*2対象物質、毒劇物など)
- ・その他：上記以外の物質

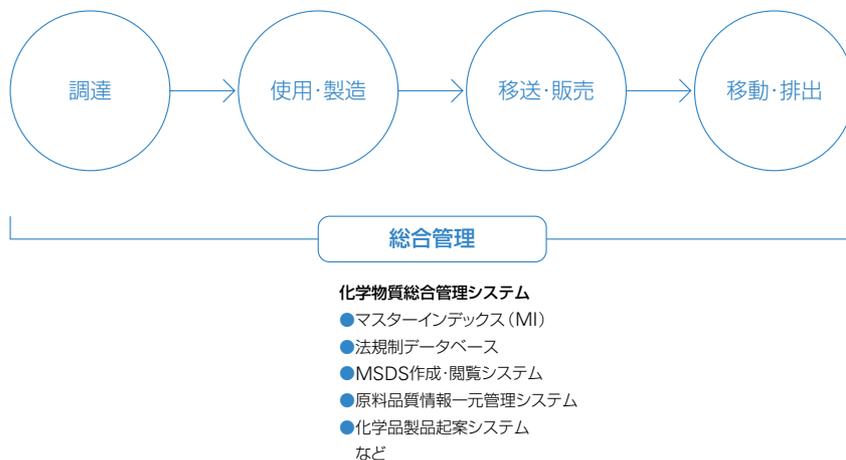
化学物質総合フロー

※1 MSDS：物質安全性データシート(Material Safety Data Sheet)の略。化学品に関わる事故を未然に防止することを目的に、化学製品の供給事業者から使用者、取扱事業者へ、製品ごとに配布する安全性に関するデータシート。

※2 PRTR法：化学物質排出把握管理促進法(Pollutant Release and Transfer Register)の略。企業が排出したり移動したりする、潜在的に有害な化学物質・環境汚染物質を行政に報告させ、公表することによって、環境リスクの把握や軽減を図っていくとする制度。

※3 イエローカード：化学物質や高圧ガスの物流時の事故に備え、ローリー等の運転手あるいは近くの代行者が緊急時になすべきこと、また応援の消防・警察等がなすべきことを記載したカード。

※4 容器用イエローカード：化学製品用ラベルに、応急措置対応を類型化した指針番号(応急措置番号)、国連番号を追加して緊急時の情報を補完したもの。



移送・販売—MSDSの整備とイエローカードの携行

工業用製品（化学品）を販売する際は、納入先に商品ごとのMSDSを提出しています。MSDSは、基本となる日本版（日本語および英訳）、欧米版のほか、必要に応じて韓国版、中国版も用意しています。こうした多言語対応の整備とともに、化学品事業本部の物流拠点でインターネットによりMSDSを閲覧できるシステムを稼働しています。2004年度のMSDSの作成総数は約6,600で、そのうち45%が海外版です。

化学物質のタンクローリー輸送では、輸送業者には緊急時対応の情報を提供するとともに、運転手には緊急時対応を明記したイエローカード*3の携帯を義務化しています。イエローカードの運用は、年間約28,000枚です。

また、ドラム缶や斗缶などの少量で混載輸送されるものは、2003年7月より順次、容器用イエローカード*4を採用し、貼付ラベルに指針番号（応急措置番号）、国連番号を追加して、緊急時の情報を補完しています。

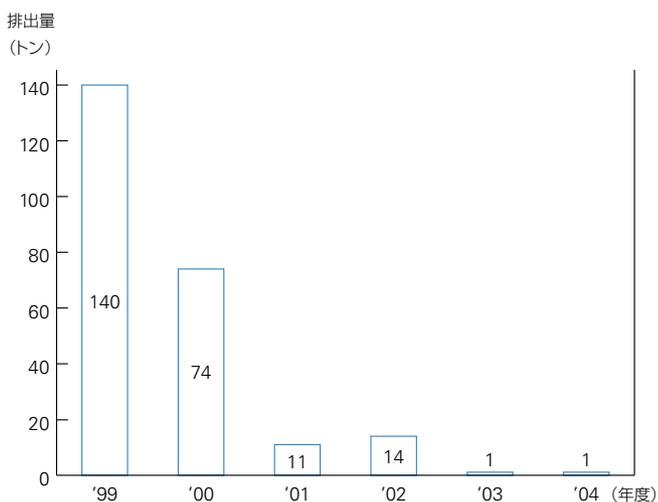
移動・排出—PRTR法対象物質の削減

「各事業場からの物質ごとの排出量を1トン以下に維持する」ことを2005年度の中期目標とし、対策を講じてきました。2003年度には各事業場の物質ごとの排出量をすべて1トン以下にするという目標を達成し、2004年度もこれを維持しました。主な物質の大気への排出量の推移を表したのが下のグラフです。2004年度のPRTR法対象物質の総取り扱ひ量は199千トンで、総排出量は大気へ5トン、公共水域へ1トン、土壌へはありませんでした。

● PRTR法対象物質の排出量→P.64

2004年度はさらに、PRTR法物質管理の徹底、集計作業の軽減、排出量申請の迅速化などを目的に、新たに「PRTR物質管理システム」を開発しました。このシステムは「化学物質総合管理システム」とリンクしており、今後の花王のPRTR物質管理は本システムを用いて、さらなる強化を図っていく予定です。

主なPRTR法対象物質の大気排出量



・主なPRTR法対象物質の大気排出量内訳はP.64にあります。

化学物質輸出時の法規制遵守（輸出管理）キャッチオール規制

「キャッチオール規制」と呼ばれる輸出管理規制が、2002年4月から施行されています。商品やサンプルなどを海外へ輸送する際、原則としてすべての輸出貨物、役務提供に関して、輸出先の「需要者」と「用途」を確認し、大量破壊兵器関連でないことの社内審査を行い、その結果を記した書類の保存が義務づけられています。

花王では、有償貨物（商品）について2002年10月から、既存貿易システムに各国法規、危険物、輸出貿易管理令、キャッチオール規制等の審査ロジックを組み込んだシステムで対応しています。さらに2004年1月からは、サンプルの輸出、機器、関連技術提供（役務）についても審査をシステム化した、輸出管理サポートツール（Export Support Tool）を新規に開発しました。また、社員の海外出張の際の手荷物（ハンドキャリアー貨物）の審査も本システムに取り込み、インボイス等を自動的に作成できる効率的で漏れのない輸出審査対応が可能となりました。1年間の審査総数は、約2,800件です。

生産活動では、省資源・省エネルギーをはじめとする環境負荷削減に取り組んでいます。

生産活動で資源・エネルギーなどのインプットを減らすことは、CO₂や廃棄物といったアウトプットの抑制につながります。工場ではそれぞれの数値目標を設け自主努力をすることで、環境への負荷を削減する取り組みを毎年着実に向上させています。

コ・ジェネレーションの導入による省エネルギー

生産活動における省エネルギー対策として、1991年から各工場にコ・ジェネレーション^{※1}設備を積極的に導入しています。現在、国内工場全体のコ・ジェネレーション設備は20基です。2004年度は特に新たな導入はありませんでしたが、今後も増設予定です。

また、冷凍機やポンプの統廃合、高効率モーターの導入、ポンプ、ブロー、蛍光灯などのエネルギー効率を高めるインバータ化などにより、省エネルギーを進めています。2004年度のエネルギー使用量は、生産量の増加に伴い、前年より若干増加しました(下欄)。

燃料転換による温室効果ガス排出量の削減

地球温暖化物質である温室効果ガス^{※2}排出量の削減は、大きな課題です。そこで、エネルギー使用量の削減に加え、燃料としての重油の使用を天然ガスに変更することなどによって、排出量の削減に努めています。

しかし、2004年度の排出量は、生産量の増加によりエネルギー使用量が増えたため、前年より若干増加しました(下欄)。

水の使用、排出の削減

工場では商品への配合水、設備の洗浄水と冷却水、生活水(飲料、トイレ用)などに水を利用していますが、効率的な使用を進め、2004年度は使用量、排出量ともに前年より削減しました。

● 水使用量、排水量→P.63

廃棄物の最終処分量削減

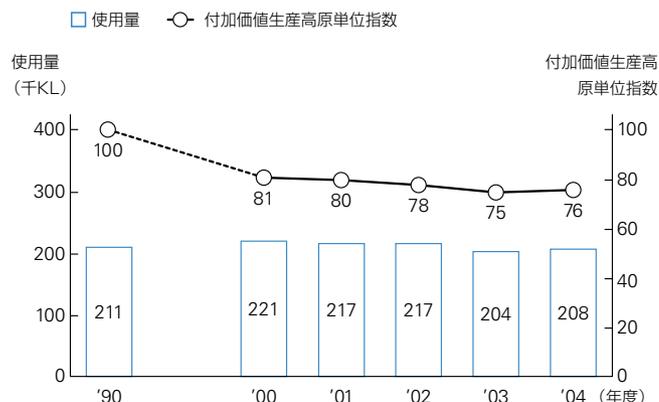
2004年度の廃棄物の発生量は、生産量増加のため、前年より7%増加し、社外への排出量も9%増えました。ただし、最終処分量は、栃木工場と豊橋工場がゼロエミッションを達成したことが寄与し、27%減となりました(次ページ下欄)。

ゼロエミッションについては、2004年度、国内8工場のうち5工場が達成しています。

※1 コ・ジェネレーション：CO₂排出量が少ない都市ガスなどを用いて発電するとともに、発電時に発生する余熱を、住宅や工場の暖房等に有効利用するシステムで、熱効率を大幅に高めることができる。

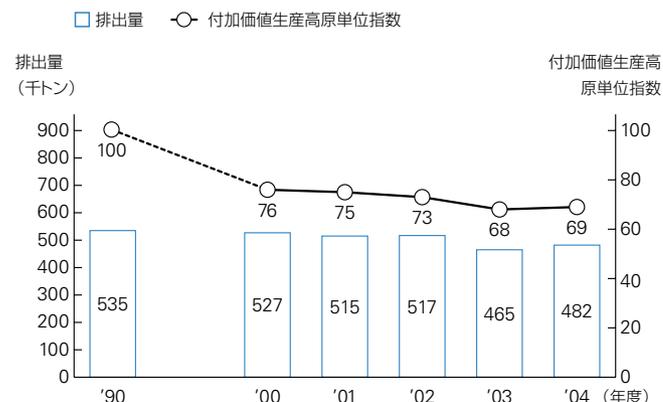
※2 温室効果ガス：京都議定書では、CO₂、メタン、一酸化二窒素、ハイドロフルオロカーボン類、パーフルオロカーボン類、六弗化硫黄の6種類を温室効果ガスとして定めている。

生産活動におけるエネルギー使用量の推移



エネルギー使用量は、資源エネルギー庁から出された記入要領[※]に則って1990年まで見直しました。したがって、『環境安全・社会報告書2004』とは違う値になっています。
 ※エネルギー使用の合理化に関する法律第11条に基づく定期報告書記入要領(H16.7)

温室効果ガス排出量の推移



排出量(CO₂換算)：京都議定書が定める温室効果ガスそれぞれの排出量を環境省ガイドライン[※]に則ってCO₂に換算し、足し合わせた総量。2003年度以前は、CO₂、メタン、N₂Oの総排出量、2004年度は6種類の温室効果ガスすべての総排出量。
 ※事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン(試案 ver1.5)(H15.7)

PCBの管理

ポリ塩化ビフェニル(PCB)は、1994年に全社の保管分4.5トン进行和歌山工場に集め、毎年数量を官庁に報告しています。また、微量混入しているおそれのある機器は、交換時などに調査を行い、混入が認められたものについては官庁に届け出るとともに、各工場で適切に保管管理を行っています。

今後は処理方法が確立し次第、できるだけ早期に処理を行う予定です。

法規制への対応

2004年度は、水質に関する環境関連法での違反が1件ありました。すみだ事業場でBOD^{※1}とノルマルヘキサン抽出物質が下水排出基準を若干超過したものです。原因は改装工事中の清掃作業で、洗浄水が流出したためと推定しています。以降は洗浄水が発生する工事が無いため基準値を下回っています。今後洗浄水が発生する工事においては、監視を強化することで基準を超えないようにしていきます。

土壌汚染については、過去の化学物質の使用履歴を考慮に入れ、和歌山工場、栃木工場、酒田工場で敷地内の地下水中の環境基準物

質を測定しました。また、川崎工場では、敷地内土壌の溶出試験と土壌中の環境基準物質の測定を行いました。その結果、いずれも汚染は認められませんでした。

大気へのSO_x^{※2}、NO_x^{※3}、ばいじんの排出量、排水中へのCOD^{※4}、窒素、リンの排出量は、すべて法の規制値を下回っています。

住宅地に隣接した工場(和歌山、東京)では、地域の住民の方から苦情が6件ありましたが、各工場とも速やかに対策を講じています。今後も近隣住民の皆さんからの声を真摯に受け止め、誠意をもって対応していきます。

● 大気汚染物質・水質汚濁物質排出量→P.63

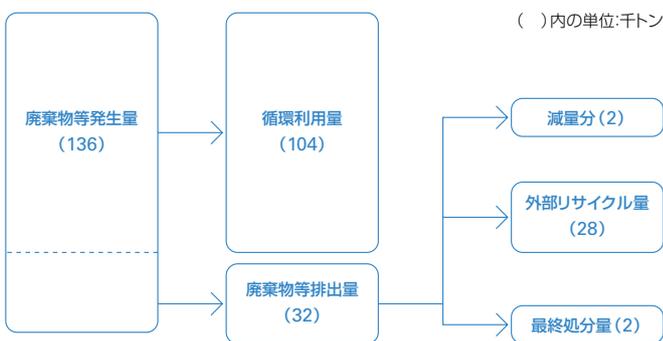
※1 BOD：生物学的酸素要求量。水中の汚物を分解するために微生物が必要とする酸素の量。値が大きいほど水質汚濁は著しい。

※2 SO_x：硫黄を含んだ化学燃料の燃焼により生成する硫酸化物のうち、SO₂、SO₃、硫酸ミストの総称。

※3 NO_x：燃料の燃焼により生成した窒素化合物のうち、NO、NO₂を指す。

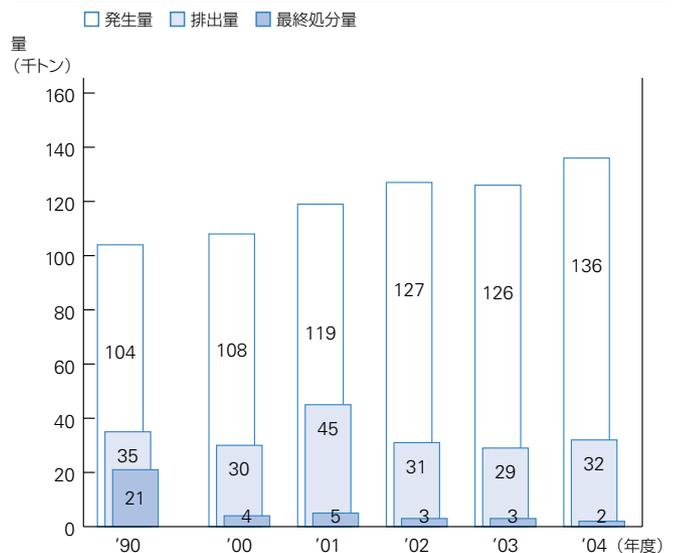
※4 COD：化学的酸素要求量。水中の有機物を、酸化剤(過マンガン酸カリウムや重クロム酸カリウム)で分解する際に消費される酸素の量を表す値。数字が大きいほど水中の有機物が多く、汚染度が高いことを表す。

廃棄物等の発生量と処理の流れ



- 廃棄物等発生量：商品をつくる段階で出てくる不要なものや不良品など(古紙や金属などの有価物や他の工場で利用できるものも含む)。
- 循環利用量：工場の中で再利用されたり、リサイクルされたもの(サーマルリサイクル含む)。
- 廃棄物等排出量：不要なものや不良品、焼却後の灰、古紙、金属などで工場の外に出したもの。
- 外部リサイクル量：再利用されるものや工夫して資源として利用するもの(サーマルリサイクル含む)。
- 最終処分量：最終的に利用できないもので安全に埋め立てるもの。

廃棄物等の推移



物流では、効率化を進めることにより 排気ガスなどによる環境負荷の低減を実現しています。

物流の効率化は、省資源・省エネルギー、排気ガス削減などに直結し、環境負荷の低減に大きく貢献します。
また輸送手段の合理化や、輸送トラブルの事前対応といった工夫で環境・安全に配慮しています。

輸送による環境への影響

花王の物流には、大きく分けて家庭用製品、工業用製品の2つの流れがあります。2004年度の国内輸送による仕事量*の合計は672百万トン・kmであり、その内訳は次のとおりです。

(1) 家庭用製品(工場から物流拠点まで) : 564百万トン・km

(2) 工業用製品(工場から顧客まで) : 108百万トン・km

花王の製品輸送に伴う排ガス量の総計は、CO₂が92千トン、SO_xが36トン、NO_xが726トンでした。

高度情報システムによるロジスティクスの効率化

花王は1960年代から家庭用製品の物流の合理化に取り組み、工場から販売店まで商品を届ける先端的なシステムを確立してきました。在庫管理、受注、配送などを、人工衛星を使って位置情報を提供するGPSを利用した高度な情報システムで一元化し、物流の効率化に努めています。物流の効率化は、省資源・省エネルギーに直結し、輸送トラックの排気ガスを減らし、環境負荷の低減に大きく貢献します。

*仕事量＝運んだ製品の重量に距離を掛け合わせたもの

輸送手段と排ガス量

家庭用製品				
輸送手段	仕事量比率(%)	CO ₂ (トン)	SO _x (トン)	NO _x (トン)
トラック	73	71,903	29	502
鉄道(JR)	16	1,872	-	91
海上輸送	11	2,330	1	16
総計	100	76,105	30	609

工業用製品				
輸送手段	仕事量比率(%)	CO ₂ (トン)	SO _x (トン)	NO _x (トン)
トラック	79	14,940	6	104
鉄道(JR)	9	203	-	10
海上輸送	12	489	0	3
総計	100	15,632	6	117

・CO₂は、国土交通省・物流政策、輸送機関別二酸化炭素排出原単位より求めた排出係数を用いて算出

・SO_xは、燃料中の硫黄分、国土交通省保安基準より求めた排出係数を用いて算出

・NO_xは、エコプログラム排出係数を用いて算出

Topics

国土交通省により「エコレールマーク」の認定

花王は以前より、環境負荷の少ない鉄道輸送、海上輸送を積極的に活用してきました。2004年度には、鉄道を使った貨物輸送を積極的に推進している企業に国土交通省が認定する「エコレールマーク*」を業界に先駆けて取得。これは環境負荷の大きい長距離輸送(500km以上)について、トラック輸送から鉄道輸送に置きかえる取り組みが評価されたものです。2004年度の500km以上の陸上貨物輸送における花王の鉄道輸送比率は37%です。

*エコレールマーク: 企業が環境負荷低減のために鉄道貨物輸送を進めるよう促すことを目的とするマークです。500km以上の陸上貨物輸送において、数量または数量×距離の比率で15%以上の輸送に鉄道を利用していることが認定基準となります。



データ集

CSR関連指針	54
事業関連データ	56
経済パフォーマンスデータ	57
社会貢献活動データ	58
環境・安全・品質マネジメントデータ	59
環境会計	60
環境配慮商品データ／環境パフォーマンスデータ	62
海外工場別環境負荷データ	65
国内工場別環境負荷データ	66
GRIガイドライン対照表	68

CSR関連指針

花王ウェイ

使命

私たちは、消費者・顧客の立場にたつて、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある、豊かな生活文化の実現に貢献することを使命とします。

私たちは、この使命を達成するために、全員の熱意と力を合わせ、清潔で美しくすこやかな暮らしに役立つ商品と、産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、消費者・顧客と共に感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供します。

ビジョン

私たちは、それぞれの市場で消費者・顧客を最もよく知る企業となることをグローバルにめざし、全てのステークホルダーの支持と信頼を獲得するとともに、社会の持続的な発展に寄与します。

基本となる価値観

よきモノづくり

- 私たちは、消費者の心を打つ満足を実現するために、消費者のニーズを見極め、独創的なシーズと組み合わせ、革新的な商品とブランドを開発します。 **ニーズとシーズの融合**
- 私たちは、よきモノづくりのために、全員、全部門の創造性と力を結集します。よきモノづくりの推進力は私たち一人ひとりの熱意であり、これこそが花王の強さの源です。 **個の力の結集**
- 私たちは、よきモノづくりを通じて得た利益を、さらに価値ある商品とブランドの創造に投じます。このよきモノづくりのサイクルにより、消費者、社員、取引先、地域社会、株主を含む全てのステークホルダーの支持と信頼を得て、利益ある成長を達成します。 **よきモノづくりのサイクル**

絶えざる革新

- 私たちは、消費者の暮らしや事業環境の変化を機敏に感じ取り、常に商品と仕事の改善、革新を推進します。 **改善と革新**
- 私たちは、現状に満足することなく、常に健全な危機意識を持ち、新たな発展と挑戦の機会を求めて、たゆまず前進を続けます。 **健全な危機意識**
- 私たちは、危機や困難を自己革新のチャンスととらえ、それを乗り越えることで個人と会社のさらなる成長を達成します。 **危機をチャンスに**

正道を歩む

- 私たちは、互いに敬意と公正さをもって接し、誠実、勤勉を心がけ、組織ならびに個人として成果を高めるよう努めます。 **敬意、公正、誠実、勤勉**
- 私たちは、法と倫理に則って行動し、健全で実直な事業活動によって全てのステークホルダーの支持と信頼に応えます。 **法と倫理の遵守**
- 私たちは、社会への責任を全うする企業として、商品と事業活動における安全性を確保し、環境保全に配慮するとともに、社会の持続的な発展に貢献します。 **社会的責任の遂行**

行動原則

消費者起点

- 私たちは、日常業務の遂行にあたっては、消費者の視点に立ち、常に消費者にどのように貢献できるかを第一に考えます。 **消費者第一**
- 私たちは、消費者に密着し、消費者をよく知ることで、真のニーズをとらえ、より価値のある商品を開発します。 **消費者理解**
- 私たちは、消費者と積極的に交流し、その声や視点を日々の活動に活かします。 **消費者との交流**

現場主義

- 私たちは、商品を買ひ、使う消費者の生活の現場に足を運び、肌で感じ、実態の背後にある本質を捉えます。 **生活の現場を知る**
- 私たちは、互いの仕事の現場を知ることで、組織力の強化およびグループの一体感を醸成を図ります。 **現場からの一体感**
- 私たちは、生活の現場と、日々の仕事の現場から生まれる発想を大切にして、商品と仕事の改善、革新につなげます。 **現場からの発想**

個の尊重とチームワーク

- 私たちは、文化、国籍、信条、人種、性別や考え方の多様性を尊重します。 **多様性の尊重**
- 私たちは、日々の仕事の熱意ある実践を通して自己の能力を高め、高い成果を追求します。 **個の力の発揮**
- 私たちは、自由闊達に意見を交わし、情報を共有し、チームとして力を合わせます。 **自由闊達なコミュニケーション**
- 私たちは、取引先をはじめとするビジネスパートナーと、互いを理解、尊重しながら強い協力関係を築き、共栄を実現します。 **ビジネスパートナーとの協働**

グローバル視点

- 私たちは、各々の市場の異なる文化や習慣を熟知し、各地の消費者ニーズに合致した商品とブランドを提供します。 **ローカルニーズの熟知**
- 私たちは、マーケティング、販売など、それぞれの市場に最も適した仕事の仕方を開発します。 **ローカルマーケットに対応した仕事**
- 私たちは、常にグローバルな広い視点に立ち、社内外を問わず多様な発想や技術に目を向け、優れたものには素直に学びます。 **オープンに学ぶ姿勢**
- 私たちは、ローカルな事業の自主性を尊重しながら、花王グループのグローバルな効率と利益を追求します。 **グローバル最適**

花王ビジネスコンダクトガイドライン（05年改訂版）（さらに詳細は花王ホームページへ）

基本精神

- ・「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を基本におき、良識ある公正な行動により、花王が誠実に清潔な「徳のある企業」として、全てのステークホルダーから支持されることを目指す。
- ・ここに掲げる『花王ビジネスコンダクトガイドライン』に反してまで利益を追求することはない。
- ・法律の許す範囲でも、最も清廉な行動をとる。
- ・“会社の利益のため”という動機であっても、また上司の指示によるものであっても、法律や倫理に反する行為を許容しない。
- ・法律・倫理違反や、疑わしい行為を知ったら、見て見ぬ振りや無視をせずに、上司または法務・コンプライアンス部門、コンプライアンス委員会や社外の倫理相談窓口へ通報、相談します。
- ・会社は通報者、相談者のプライバシーを守り、保護します。通報・相談があったことを理由に、通報者、相談者に不利益を与えることはありません。
- ・このガイドラインに違反した場合、就業規程等社内規程に基づく懲戒処分の対象となる場合があります。

1. 商品の安全性と高い品質を確保する

- (1) 常に安全性を重視して、品質の高い商品を開発・提供します。
- (2) 商品の正しい使い方について、適切な情報を伝えます。
- (3) 消費者・顧客からの問い合わせやクレームには、誠実かつ速やかに対応します。
- (4) 広告宣伝は事実に基づき、良識をもって行います。

2. 環境と安全に十分な配慮を行う

- (1) 商品の開発・生産・流通・消費・廃棄までの事業の全段階において、環境の保全と人の安全に十分配慮し、持続的発展可能な社会の実現に貢献します。
- (2) 環境に負荷の少ない商品を開発し、資源やエネルギーの効率的利用と再資源化を図ります。
- (3) 環境問題の解決に資する革新的な技術、商品・サービスの開発に努めます。

3. 全ての取引を公正・誠実に行う

- (1) 独占禁止法をはじめとする関連法規を遵守します。
- (2) 不健全な取引を防止するために内部統制を厳正に行います。
- (3) ビジネス上の接待や贈物の授受は、社会的常識の範囲内に止め、健全な取引の妨げとしません。
- (4) 取引先と真摯に評価し合い、互いのレベルアップに努めます。

4. 社員の多様性と人権を尊重し、個の力を最大限に活かす

- (1) 文化、国籍、信条、人種、性別、年齢などの多様性と人権を尊重し、一人ひとりの能力・個性を結集して、企業の総合力とします。
- (2) 一人ひとりの役割・職務と成果に対する公正な評価・処遇をとおして、困難に果敢にチャレンジする人材を育成します。
- (3) 働きやすい職場環境のために、社員と会社が協調して安全・清潔で健康的な職場を保つよう心掛けるとともに、家族への責任を果たせるよう会社業務の遂行と家庭生活のバランスが取れるよう努めます。

5. 利益ある成長を目指し、株主の期待に応える

- (1) 合法的かつ倫理的を基本とする健全な事業活動を通して、利益ある成長を図り、株主への適正な利益還元を目指します。
- (2) 株主・投資家に対し、的確かつ迅速な企業情報の開示に努めます。

6. 公正・透明・清潔な企業姿勢を堅持する

- (1) 事実に基づく広報を行い、社会的に有用な情報の開示と透明性の維持に努めます。また、広くステークホルダーの声を謙虚に聴き、企業活動に反映させます。
- (2) 反社会的行為はしません。また、そのような行為を許容したり支持したりする個人、グループ、団体からの圧力に対しては、毅然とした態度で臨みます。
- (3) 政治・行政とはクリーンで健全な関係を保ちます。

7. 情報・資産を厳正に管理する

- (1) 会計記録などの業務上の記録は正確に行います。
- (2) 会計処理を内部承認手続きを経て厳正に行います。
- (3) 自社の機密情報・知的財産権及びその他有形・無形資産の内部管理を徹底します。また、他者の機密情報・個人情報・知的財産権を尊重し、不正に使用しません。

8. 社会貢献活動を通して豊かな社会の実現に貢献する

- (1) 豊かな社会の実現と、その持続的発展に貢献するために、次世代の育成をテーマとした活動を行います。
- (2) 社会性、公共性、有用性を考慮し、適切な寄付を行います。
- (3) 地域社会にそのよき一員として貢献し、支持と信頼を得ます。
- (4) 個人の意志と責任に基づく、ボランティア精神を尊重します。
- (5) 日本において、財団法人花王芸術・科学財団を通じて、芸術・科学の発展を目的とした助成を行います。

9. 各国の文化を尊重し、法と国際ルールを守り、事業活動を行う

- (1) 事業活動を行う国においては、その国の文化を尊重し、法を遵守します。
- (2) 事業の発展・成長を通して、その国の経済・生活文化の発展に寄与します。
- (3) 展開する事業に関わる現地社会からの人材の育成と登用を図ります
- (4) 贈収賄に関与せず、また、違法なあるいは不適切な贈答や接待を行いません。
- (5) 輸出入取引については、日本及び関連する国の法令を遵守します。

10. 公私のけじめをつける

- (1) インサイダー取引を行いません。
- (2) 政治活動を行う場合は個人の立場で行います。
- (3) 思想・宗教活動は個人の立場で行います。
- (4) 利害の対立は回避するよう努めます。

11. 経営者・管理者の責務

経営者及び管理者は、この『花王ビジネスコンダクトガイドライン』の遵守が自らの責務であることを強く認識するとともに、社会的責任の遂行にリーダーシップを発揮し、メンバーへの周知徹底を図り、管理者としての責任を果たします。

グローバルコンパクト10原則

人権

原則1. 企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。

原則2. 人権侵害に加担しない。

労働

原則3. 組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。

原則4. あらゆる形態の強制労働を排除する。

原則5. 児童労働を実効的に廃止する。

原則6. 雇用と職業に関する差別を撤廃する。

環境

原則7. 環境問題の予防的なアプローチを支持する。

原則8. 環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。

原則9. 環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。

腐敗防止

原則10. 強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。

事業関連データ

日本国内の事業場、工場、研究所

事業場	茅場町事業場(東京都中央区) 大阪事業場(大阪市西区) すみだ事業場(東京都墨田区)
工場	和歌山工場(和歌山市) 東京工場(東京都墨田区) 酒田工場(酒田市) 川崎工場(川崎市) 栃木工場(栃木県芳賀郡) 鹿島工場(茨城県鹿島郡) 豊橋工場(豊橋市) 愛媛サニタリープロダクツ株式会社(西条市)
研究所	和歌山研究所(和歌山市) 東京研究所(東京都墨田区) 栃木研究所(栃木県芳賀郡)

※ 愛媛サニタリープロダクツ株式会社は別会社ですが、花王の商品のみを生産していますので、花王の工場とみなしています。

※ 各工場の所在地、敷地面積、生産品目、生産数量等は、「データ集」P.66-67をご覧ください。

主要国内関係会社

東京都中央区	花王販売株式会社 花王化粧品販売株式会社 ニベア花王株式会社 花王クエーカー株式会社 花王ロジスティクス株式会社
東京都墨田区	花王商事株式会社 花王インフォネットワーク株式会社 花王システム物流株式会社 花王プロフェッショナル・サービス株式会社*
静岡県庵原郡	ニコー製紙株式会社
高知県土佐市	伊野紙株式会社

※花王株式会社の業務品分野について、2004年10月に花王プロフェッショナル・サービス株式会社として分社化しました。

主要海外関係会社

中国	花王(中国)投資 上海花王 花王(上海)産品サービス 杭州伝化花王 上海花王化学 中山花王化学
香港	花王(香港) 香港花王化学
台湾	花王(台湾)
インドネシア	花王(インドネシア) 花王インドネシア化学
マレーシア	花王(マレーシア) ファティケミカル(マレーシア) 花王ソープ(マレーシア) 花王オレオケミカル(マレーシア) 花王プラスチックサイザー(マレーシア)
フィリピン	ピリピナス花王
シンガポール	花王(シンガポール)
タイ	花王コンシューマープロダクツ(東南アジア) 泰国花王実業 泰国花王商業
ベトナム	花王(ベトナム)
オーストラリア	花王(オーストラリア)
メキシコ	キミ花王
アメリカ	花王フランス* 花王スペシャルティーズ アメリカ ADM花王
フランス	花王(フランス)
ドイツ	KPSS ドイツ花王化学
スペイン	欧州花王化学 花王(スペイン)

※2004年9月、米国の「ジャージェンズ」「ジョン・フリーダ」、ドイツの「グール」を柱として事業を統合し、花王フランスに社名変更しました。

花王の事業分野

事業区分	売上区分	主要製品
家庭用製品事業	パーソナルケア製品	化粧品けん、洗顔料、全身洗浄料、シャンプー、リンス、ヘアケア製品、ヘアカラー、入浴剤、歯みがき・歯ブラシ
	ハウスホールド製品	衣料用洗剤、台所用洗剤、住居用洗剤、洗濯仕上げ剤、掃除用紙製品
	サニタリーほか製品	生理用品、紙おむつ、食用油、飲料
化粧品(ソフィーナ)事業	化粧品(ソフィーナ)	化粧品(ソフィーナ)
工業用製品事業	工業用製品	業務用食用油脂、脂肪酸、油脂アルコール、グリセリン、油脂アミン、界面活性剤、ポリウレタン原料、合成樹脂用可塑剤、トナー・トナーバインダー、香料

主な参加同業関連事業団体

社団法人日本化学工業協会	社団法人日本衛生材料工業連合会
日本レスポンシブル・ケア協議会(JRCC)	日本マーガリン工業会
日本界面活性剤工業会	日本浴用剤工業会
日本石鹼洗剤工業会	日本化粧品工業連合会
日本食品洗浄剤衛生協会	東京化粧品工業会
日本歯磨工業会	可塑剤工業会

経済パフォーマンスデータ

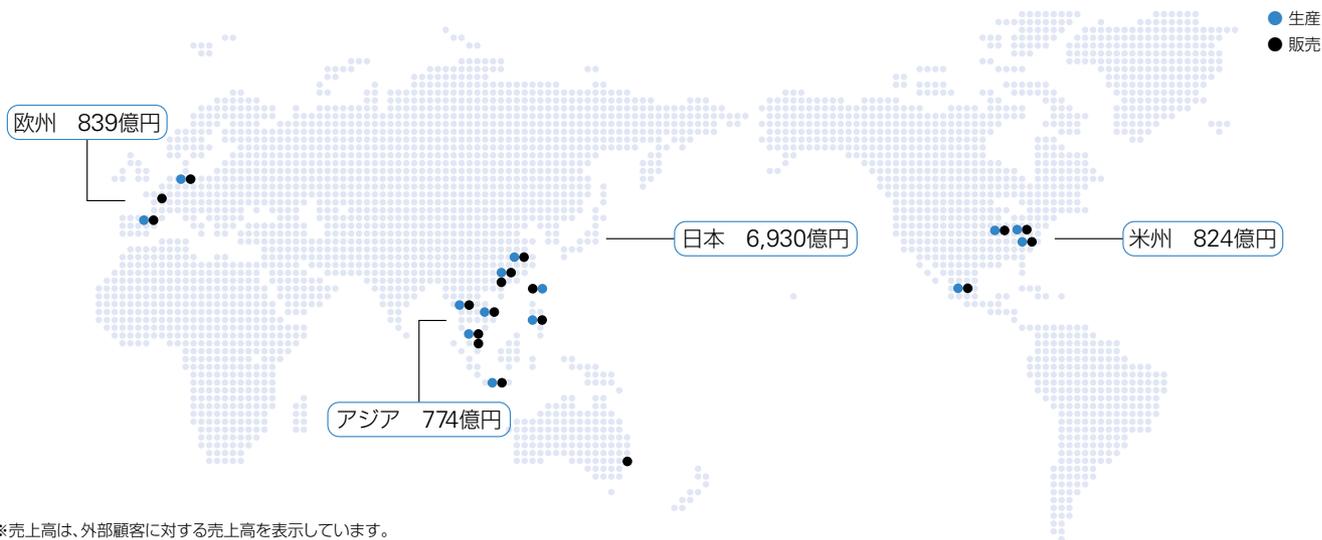
連結売上高と利益等の推移

	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
売上高 (億円)	8,216	8,390	8,652	9,026	9,368
営業利益 (億円)	1,070	1,117	1,149	1,197	1,213
経常利益 (億円)	1,118	1,135	1,174	1,226	1,253
当期純利益 (億円)	594	602	624	653	721
従業員数 (人)	19,068	19,923	19,807	19,330	19,143

花王単独売上高と利益等の推移

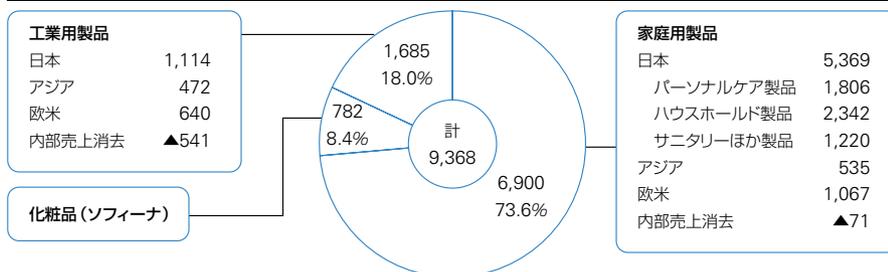
	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
売上高 (億円)	6,604	6,541	6,617	6,659	6,946
営業利益 (億円)	923	924	944	983	980
経常利益 (億円)	983	985	983	1,054	1,045
当期純利益 (億円)	522	555	494	610	625
従業員数 (人)	5,761	5,744	5,717	5,724	5,600

花王の世界展開と地域別売上高



連結売上高の構成比

(単位：億円)



※グラフの売上高は、外部顧客に対する売上高を表示しています。

※地域別、カテゴリー別の売上高は内部売上高を含みます。

社会貢献活動データ

第5回「花王・みんなの森づくり活動」助成対象団体一覧

プロジェクト助成

団体名	活動名
ふるさと美幌の自然と語る会 [北海道網走郡美幌町]	みどりの村 野鳥の森づくり
浪岡町村合併40周年記念植樹者桜の会 [青森県南津軽郡浪岡町]	孫に残す桜と緑道
トロリン村(毛無森開墾地を育てる会) [岩手県盛岡市]	トロリン村・里山づくり
万里の松原に親しむ会 [山形県酒田市]	庄内海岸林造成の歴史と自然にふれあ う視察と学習
いちようの会 [茨城県北相馬郡藤代町]	住民の植樹活動を進める「クヌギの森 づくり」と親しみのある「木陰づくり」
森林ボランティア「河内の森」協議会 [栃木県宇都宮市]	都市の森林公園化花木植栽等環境整備 事業
小中川の森づくりを進める会 [新潟県燕市]	小中川の森づくり事業
つるがしま里山サポートクラブ [埼玉県鶴ヶ島市]	市民の森の保全・維持活動及び市民へ のPR活動
ときがねウォッチング [千葉県東金市]	ときがね湖あしたの森育て
なな山緑地の会 [東京都多摩市]	なな山緑地の保全活動
平林禅寺の自然と文化を守る会 [東京都練馬区]	武蔵野を代表する落葉広葉樹林の回復 と保全
ノナネイチャークラブせせらぎ班 [東京都八王子市]	緑と水の生物多様性空間の再編(都市 型親水公園の自然回帰活動)
特定非営利活動法人かまくら緑の会 [神奈川県鎌倉市]	鎌倉の森復元のための緑化事業
麻生多摩美の森の会 [神奈川県横浜市]	川崎市麻生区市民健康の森の管理・運 営
横浜自然観察の森友の会 雑木林ファンクラ ブ [神奈川県横浜市]	この観察の森を、楽しい森に、美しい森 に、そして森の恵みの活用をはかる
日本の竹ファンクラブ [神奈川県横浜市]	竹林の保全育成活動と地域コミュニテ ィづくり
ラブリバートリップ大岡川 [神奈川県横浜市]	ラブリバートリップ大岡川スカウトの森
呉竹町さざらぎ会(壮年会) [福井県敦賀市]	町に緑を潤いのある豊かな空間づくり
YATAコミュニティ [愛知県常滑市]	桜並木の延長、コスモス花街道の継続

団体名	活動名
四日市市立常磐西小学校PTA [三重県四日市市]	吉田山森林整備作業～日本本来の心の 景色をみんなで取りもどそう～
「日永梅林・登城山」を復活させる会 [三重県四日市市]	第8回「日永梅林・登城山」復活植樹祭
特定非営利活動法人やまんばの会 [滋賀県坂田郡近江町]	自然体験・環境教育支援事業 やまん ばの森学園
新条広場運営協議会 [大阪府岸和田市]	新条広場をつくろう
里山を育てる会 [島根県松江市]	「松江市自然学習の森」の整備と植生 の保全活動
特定非営利活動法人尾道パイロットクラブ [広島県尾道市]	浄土寺山を新・さくらの名所にしよう!
周東町里山の会 [山口県玖珠郡周東町]	荒廃した里山の再生化活動
朝日山森林公園を守る会 [香川県三豊郡高瀬町]	朝日山森林公園モミジ等植樹事業
千本松原の松を守り育てる住民の会 [高知県高知市]	高知市種崎地区千本松原の松を守り育 てる活動
福岡グリーンヘルパーの会 [福岡県前原市]	植樹用(里山再生) 苗作り(育苗)
イッペー会 [沖縄県石川市]	地域に緑と花を
ふるさとを楽園にしたい会 [沖縄県宮古郡多良間村]	花と緑の楽園づくり 多良間島1万本 植樹運動

スタートアップ助成

団体名	活動名
羽幌みんなでつくる自然空間協議会 [北海道苫前郡羽幌町]	町民による自然豊かな町づくりを目指 した「羽幌ピオトープ」づくり
コゲラの森づくりの会 [東京都西東京市]	コゲラの森の活用のための整備・イベ ント開催
殿山の森を守り隊 [神奈川県横浜市]	獅子ヶ谷市民の森(横溝屋敷の裏山) の保全
橋本市矢倉脇区 [和歌山県橋本市]	「老人パワーで花一杯」、「老人パワ ーで地域の活性化」

災害支援寄付金額

2004年度災害	義援金(社員からの義援金含む)	見舞品・救援物資
豪雨災害(新潟・福島豪雨災害/福井豪雨災害/台風15、16、21、23号)	60万円	2,360万円相当
新潟県中越地震	1,040万円	1,500万円相当
福岡県西方沖地震	—	23万円相当
スマトラ島沖地震	1,686万円	244万円相当

環境・安全・品質マネジメントデータ

環境・安全の基本理念と基本方針

環境・安全の基本理念

製品の開発・製造・流通・消費・廃棄までの全段階において、環境の保全と人の安全に配慮し、持続的発展可能な社会の実現と世界の人々の暮らしに貢献します。

環境・安全の基本方針

1. 従業員の健康・安全と操業の安全

従業員の健康増進と快適な職場環境の形成および労働災害の撲滅、潜在的危険性の低減、ならびに安全な操業の維持に努める。また、定期的な訓練を行い、安全の確保、緊急時の対応に備える。

2. 環境・安全に配慮した製品の開発

製品・技術の開発にあたっては、製造から廃棄までの全段階で環境・安全についての評価を行い、環境負荷が小さく消費者が安心して使用できる製品の提供に努める。

3. 省資源・省エネルギー・廃棄物削減

地球環境を保護するために、製品の設計段階で省資源、省エネルギー、廃棄物削減等に配慮した技術の開発に努める。生産活動においては、資源やエネルギーの効率的な使用や廃棄物・副産物等の削減、再利用、再生利用に努める。

4. 地域の人々の安全と環境保全に責任ある対応

事業活動においては地域社会の一員として環境対策に積極的に取り組み、地域の人々の安全と環境の保全に努める。また環境・安全に悪影響を及ぼすような事態や状況には、迅速に責任を持って対処する。

5. 法規制・自主基準の遵守

事業活動のあらゆる場面において、関係する法規制や取り決めなどを遵守するとともに、自主的な行動基準を設定し、忠実に実行する。

6. 教育の充実

経営者から従業員一人ひとりに至る全員が、環境・安全に対する自らの責任を自覚して行動するために、教育を継続的に推進する。

7. 自主評価の実施

PDCAサイクルによる継続的なレベルアップを図るために、定期的な監査・自主評価を行う。

8. 情報開示と社会からの信頼の向上

環境・安全に関する方針、データを積極的に開示し、双方向コミュニケーションを行い、社会からの信頼の向上に努める。

ISO認証所得一覧

(2005年3月現在)

ISO9001 (国内)	認証取得年月	
川崎工場	2001年09月	
すみだ事業場	化粧品事業	2001年11月
栃木工場		2001年11月
豊橋工場	家庭品プロダクト部門パーソナルケア	2001年10月
	鋳物用バインダー	2003年01月
酒田工場		2002年04月
和歌山工場	家庭品プロダクト部門パーソナルケア	2002年07月
	家庭品プロダクト部門ハウスホールド	2003年07月
	化学品	2003年07月
愛媛サニタリープロダクツ(株)		2003年02月
鹿島工場	化学品	2003年07月
ISO9000シリーズ(海外)	認証取得年月	
化学品	花王(スペイン)	1995年07月
	ドイツ花王化学	2001年08月
	花王スペシャルティーズ アメリカ	2000年11月
	インドネシア花王化学	2004年04月
	ピリピナス花王	2003年06月
	上海花王化学	2003年06月
	ファティケミカル(マレーシア)	1997年07月
	泰国花王実業	1997年12月
	花王オレオケミカル(マレーシア)	2005年01月
	花王プラスチックサイザー(マレーシア)	2005年01月
パーソナルケア	上海花王	1999年11月
	花王(インドネシア)	2005年01月
ハウスホールド	花王(台湾)	1998年09月
	上海花王	2003年03月
サニタリー	花王(インドネシア)	2003年11月
	花王(台湾)	1997年06月
	上海花王	2003年03月

ISO14001 (国内)	認証取得年月
鹿島工場	1998年12月
栃木工場・栃木研究所	1999年10月
愛媛サニタリープロダクツ(株)	1999年12月
和歌山工場・和歌山研究所	2000年02月
すみだ事業場・東京工場・東京研究所	2000年04月
豊橋工場	2000年12月
川崎工場	2001年03月
酒田工場	2001年04月
ISO14001 (海外)	認証取得年月
花王(台湾)	1998年09月
ドイツ花王化学	2001年08月
上海花王	2002年06月
上海花王化学	2002年06月
花王(スペイン)	2003年02月
花王スペシャルティーズ アメリカ	2003年03月

内部監査結果(2004年度)

	生産技術部門	研究開発、事業、コーポレート	関係会社
被監査部門数	8	11	3
設問数	425	303	51
継続観察が必要な項目	63	35	9
評価平均点(5段階評価)	4.7	4.7	4.1

生産技術部門研修実績(2004年度)

研修名	目的	参加人数
テクノスクール	オペレーティングエンジニア養成	18
オペレーション基本講座	若手現場オペレーター養成	22
エンジニア塾	若手・中堅エンジニア養成	21
エンジニアスクール	メカニカルエンジニア養成	6

環境会計

2004年度実績集計方法

- 1) 環境省「環境会計ガイドライン(2005年版)」に準拠しています。ただし(社)日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」も参考にしています。
- 2) 集計範囲は、花王(株)および国内子会社4社(花王販売(株)、花王化粧品販売(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王クエーカー(株))です。
- 3) 期間は2004年4月1日から2005年3月31日までです。

環境保全コスト(事業活動に応じた分類)

(単位:百万円)

分類	主な取組内容	投資額	費用額*1
(1) 事業エリア内コスト		1,337	3,790
内訳			
①公害防止	大気汚染防止、水質汚濁防止	773	1,673
②地球環境保全	省エネルギー	184	151
③資源循環	省資源、廃棄物処理・処分	380	1,966
(2) 上・下流コスト	環境対応製品生産設備、容器包装リサイクル	466	2,838
(3) 管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	16	897
(4) 研究開発コスト	環境対応研究開発	168	1,883
(5) 社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	112
(6) 環境損傷コスト		-	0
合計		1,987	9,519

環境保全効果(物量効果)

効果の分類	環境パフォーマンス指標(単位)	2003年度	2004年度	増減*2
事業活動に投入する資源	生産活動エネルギー投入量(原油換算kl)	203,667	208,402	4,735
	水資源投入量(千t)	11,657	11,189	▲468
	温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算:千t)	465	482	17
	SO _x 排出量(t)	52	56	4
事業活動から排出する環境負荷、および廃棄物	NO _x 排出量(t)	907	894	▲13
	排水量(千t)	9,466	9,299	▲167
	COD排出量(t)	77	77	0
	廃棄物等の排出量(千t)	29	32	3
	廃棄物等の最終処分量(千t)	3	2	▲1
	PRTR法対象物質の大気への排出量(t)*3	3	5	2

環境保全対策に伴う経済効果

(単位:百万円)

効果の内容	金額*4
有価物等の売却	321
有価物、固定資産の売却金額	321
省エネルギーによる費用節減金額	349
費用節減	1,560
省資源による費用節減金額	1,560
経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	31
合計	2,262

環境保全コスト（環境保全対策分野に応じた分類）

（単位：百万円）

分類	主な取組内容	投資額	費用額*1
①地球温暖化対策に関するコスト	省エネルギー	184	151
②オゾン層保護対策に関するコスト		0	0
③大気環境保全に関するコスト	大気汚染防止、粉じん防止、悪臭防止	284	537
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	23	18
⑤水環境・土壌環境・地盤環境保全に関するコスト	水質汚濁防止	466	1,118
⑥廃棄物・リサイクル対策に関するコスト	省資源、産業廃棄物の減容化、リサイクル	846	4,804
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	168	1,883
⑧自然環境保全に関するコスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	112
⑨その他コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	16	897
合計		1,987	9,519

環境会計要約情報の直近3期間の推移表

		2002年度	2003年度	2004年度
①環境保全コスト	投資額(百万円)	3,445	1,839	1,987
	費用額(百万円)	9,204	9,181	9,519
②環境保全効果に関する環境パフォーマンス指標	生産活動エネルギー投入量(原油換算kl)	216,971	203,667	208,402
	水資源投入量(千t)	12,373	11,657	11,189
	温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算:千t)	518	465	482
	SO _x 排出量(t)	70	52	56
	NO _x 排出量(t)	958	907	894
	排水量(千t)	10,365	9,466	9,299
	COD排出量(t)	83	77	77
	廃棄物等の排出量(千t)	31	29	32
	廃棄物等の最終処分量(千t)	3	3	2
	PRTR対象物質の大気への排出量(t)	15	3	5
③環境保全対策に伴う経済効果	実質的効果(百万円)	2,119	2,061	2,262

※1：費用額には減価償却費を含んでいます。

※2：▲は減少を表しています。

※3：2004年度PRTR法対象物質の大気への排出量は、フロン類を新たに追加集計したため増加しました。

※4：費用節減金額は、当該年度に発生した項目の1年間の節減額です。

・経済効果は有価物および固定資産の売却金額と費用節減金額を計上し、リスク回避等の仮定に基づく経済効果、いわゆる「みなし効果」は計上していません。

・有価物および固定資産の売却については、環境省のガイドラインでは収益となっていますが、正確な収益の算出が困難なため、当社は売却金額としています。

・費用節減金額は、当該年度に発生した項目の1年間の節減額を当該年度のみ計上し、複数年度にわたって計上はしていません。

環境配慮商品データ／環境パフォーマンスデータ

コンパクト型商品 (2005年3月現在)

商品分類	全商品 品目数	コンパクト型商品		
		品目数	コンパクト化率*1	商品名
衣料用粉末洗剤	4	4	100	アタック、アタック漂白剤in、アタックシート、ニュービーズ
衣料用液体洗剤	5	3	90	液体アタック、液体ニュービーズ、エマール
柔軟仕上げ剤	5	4	85	ハミング1/3、フローラルハミング1/3、抗菌プラスハミング1/3、ハミングフレア
衣料用漂白剤	6	1	18	ワイドハイター濃縮ジェル
台所用洗剤	7	5	87	ファミリーピュア、ファミリーピュアアロエイン、ファミリーフレッシュコンパクト、モアエクセレント、ファミリーキュキュット

つめかえ用商品 (2005年3月現在)

商品分類	全商品 品目数	つめかえ用がある商品		
		品目数	転換率*2	商品名
衣料用液体洗剤	5	5	80	液体アタック、アタックポイント洗い、エマール、アタックシュッと泡スプレー、液体ニュービーズ
柔軟仕上げ剤	5	4	89	ハミング1/3、フローラルハミング1/3、抗菌プラスハミング1/3、ハミングフレア
衣料用漂白剤	6	3	79	ワイドハイター(粉末タイプ)、ワイドハイター、ワイドハイター濃縮ジェル
アイロン仕上げ剤／糊剤	4	4	75	スムーザー、キーピング、洗たく機でキーピング、キーピングスタイルケア
台所用洗剤	7	7	48	ファミリーピュア、ファミリーフレッシュコンパクト、ファミリーフレッシュ、モアエクセレント、ファミリーピュアアロエイン、ファミリーキュキュット、食器洗い機用ファミリーピュア
住居用洗剤	22	10	79	ファミリーシンクまわりクリーナー、ファミリーピュアサッとひとふきキッチンクリーナー、ワイドマジックリン、かんたんマイベットの、液体ガラスマイベットの、バスマジックリン泡立ちスプレー、トイレマジックリン消臭洗浄スプレー(2)、アレルクリン清潔スプレー 香り残らない、アレルクリン清潔スプレー ほのかに香る
台所用／住居用紙製品	10	4	88	キッチンクイックル、レンジクイックル、トイレクイックル、クイックルワイパーカーペット用(カーペットクイックル)
ペット用品	12	1	75	花王ペットケアウエットティッシュ
全身洗浄料	9	8	71	ピオレuさらさらパウダーin、ピオレu(4)、ピオレuしっとりクリームin、キュレル 薬用全身洗浄料、ピオレu泡で出てくるハンドソープ
シャンプー・リンス	19	5	79	メリットシャンプー、メリットリンス、リンスのいらないメリットシャンプー、エッセンシャルダメージケアシャンプー、エッセンシャルダメージケアコンディショナー
洗顔料	12	1	48	ピオレメイク落としふくだけコットン
ボディ用シート	8	2	54	ピオレさらさらパウダーシート(2)
ヘアコスメ	43	7	66	サクセスモーニングヘアウォータージェルの水、サクセスモーニングヘアウォーター髪さらミス、ラピナス水分たっぷりヘアウォーター、リーゼミントシャワー、リーゼあつというまにストレートフォーム、リーゼくしゅっとパーマもどしフォーム、リーゼつるんとバサバサ直しフォーム
おしりふき	3	3	87	メリーズスキンケアおしりふきコットンタッチタイプ、メリーズスキンケアおしりふきトイレに流せるタイプ、リリーフトイレに流せるおしりふき
入浴剤	18	2	60	エモリカ(2)
肛門衛生剤	4	1	85	サニーナトイレットロール
化粧品	148	10	82	ソフィーナ ファインフィットパウダーのレフィル、ソフィーナ ファインフィットフェイスパウダーのレフィル、ソフィーナ ファインフィットしっかりカバータイプのレフィル、ソフィーナ レイシャスレイグラデーションパウダーのレフィル、ソフィーナ レイシャスレイブレンッドパウダーのレフィル、グレイスソフィーナファンデーション用のレフィル、エスト ザ パウダーメイクアップのレフィル、エスト リタッチルースパウダーのレフィル、オーブ アイライナーペンシルのカートリッジ、オーブ アイブ로우ペンシルのカートリッジ

*1コンパクト化率：全商品中のコンパクト型商品の売上本数割合(%)

*2転換率：つめかえ用がある商品中のつめかえ用の売上本数割合(%)

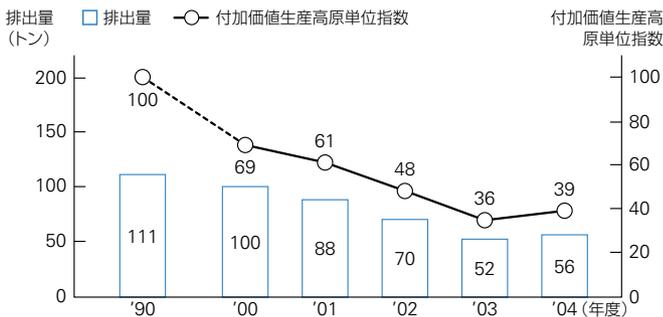
つけかえ用商品 (2005年3月現在)

商品分類	全商品		つけかえ用がある商品	
	品目数	品目数	転換率*3	商品名
住居用洗剤	23	5	59	かびとりハイター、かびとりハイターストロング、ハンディスプレーつきマジックリン、トイレマジックリン パワーリキッド、つや出しマイベツト
衣料用漂白剤	6	1	32	ワイドハイターシミすっきり泡スプレー
台所用漂白剤	3	1	69	キッチン泡ハイター
ヌメリとり剤	1	1	63	キッチンワンダー排水口用ヌメリとり
カラーリング剤	10	10	64	ブローネヘアマニキュア(8)、メンズブローネヘアマニキュア(2)
肛門衛生剤	4	1	75	サニーナ

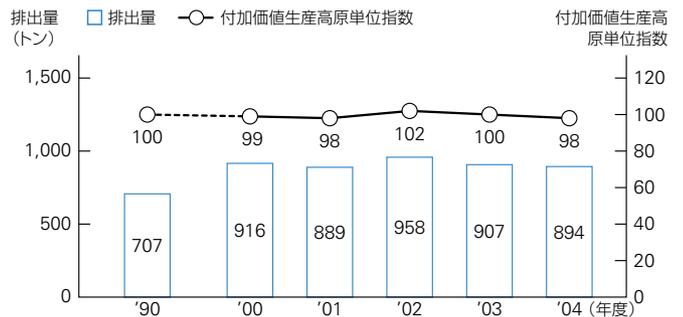
*3転換率：つけかえ用がある商品中のつけかえ用の売上本数割合(%)

大気汚染物質・水質汚濁物質排出量/水使用量、排水量

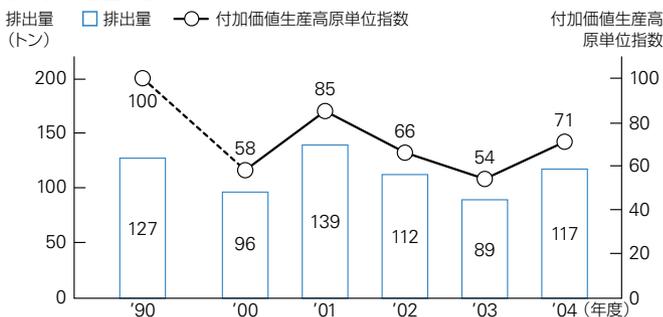
SOx排出量の推移



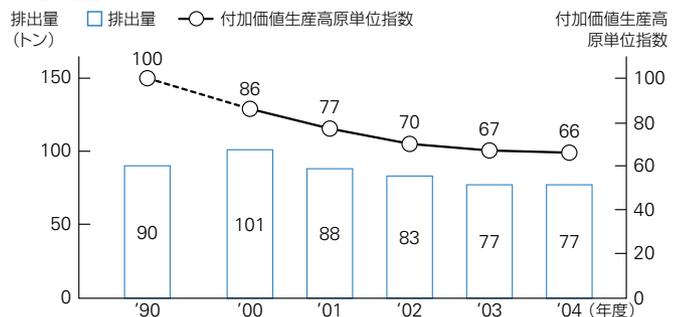
NOx排出量の推移



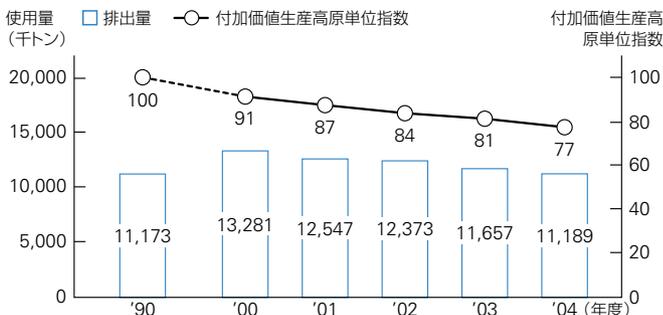
ばいじん排出量の推移



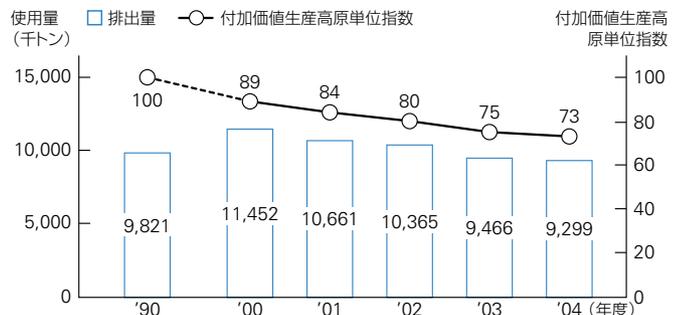
COD排出量の推移



水使用量の推移



排水量の推移



環境パフォーマンスデータ

PRTR法対象物質の排出量(2004年度): 各事業場において年間取扱量が1トン以上の物質

政令 番号	物質名	(トン/年)		政令 番号	物質名	(トン/年)	
		大気 排出量	公共水域 排出量			大気 排出量	公共水域 排出量
1	亜鉛の水溶性化合物	0.0	0.7	177	スチレン	0.0	0.0
2	アクリルアミド	0.0	0.0	205	テレフタル酸	0.0	0.0
3	アクリル酸	0.0	0.0	207	銅水溶性塩(錯塩を除く)	0.0	0.1
4	アクリル酸エチル	0.0	0.0	224	1,3,5-トリメチルベンゼン	0.0	0.0
6	アクリル酸メチル	0.0	0.0	227	トルエン	0.5	0.0
7	アクリロニトリル	0.0	0.0	231	ニッケル	0.0	0.0
16	2-アミノエタノール	0.0	0.0	232	ニッケル化合物	0.0	0.1
17	N-(2-アミノエチル)-1,2-エタンジアミン(別名ジエチレントリアミン)	0.0	0.0	243	バリウム及びその水溶性化合物	0.0	0.0
21	m-アミノフェノール	0.0	0.0	251	ビス(水素化牛脂)ジメチルアンモニウム=クロリド	0.0	0.0
23	1-アリルオキシ-2,3-エポキシプロパン	0.0	0.0	254	ヒドロキノン	0.0	0.0
24	直鎖アルキルベンゼンスルホン酸及びその塩(アルキル基の炭素数が10から14までのもの及びその混合物に限る)	0.0	0.2	266	フェノール	0.0	0.0
28	インプレン	0.0	0.0	269	フタル酸ジ-n-オクチル	0.0	0.0
29	4,4'-インプロピリデンジフェノール(別名ビスフェノールA)	0.0	0.0	270	フタル酸ジ-n-ブチル	0.0	0.0
40	エチルベンゼン	0.0	0.0	272	フタル酸ビス(2-エチルヘキシル)	0.0	0.0
42	エチレンオキシド	0.1	0.0	273	フタル酸n-ブチル=ベンジル	0.0	0.0
43	エチレングリコール	0.0	0.0	283	ふっ化水素及びその水溶性塩	0.0	0.0
46	エチレンジアミン	0.0	0.0	292	ヘキサメチレンジアミン	0.0	0.0
54	エピクロヒドリン	0.0	0.0	297	ベンジル=クロリド(別名塩化ベンジル)	0.0	0.0
56	1,2-エポキシプロパン(別名酸化プロピレン)	0.6	0.0	298	ベンズアルデヒド	0.0	0.0
58	1-オクタノール	0.0	0.0	300	1,2,4-ベンゼントリカルボン酸1,2-無水物	0.0	0.0
63	キシレン	0.0	0.0	304	ほう素及びその化合物	0.0	0.0
65	グリオキサール	0.0	0.0	307	ポリ(オキシエチレン)=アルキルエーテル(アルキル基の炭素数が12から15までのもの及びその混合物に限る)	0.8	0.0
68	クロム及び3価クロム化合物	0.0	0.1	308	ポリ(オキシエチレン)=オクチルフェニルエーテル	0.0	0.0
80	クロロ酢酸	0.0	0.0	309	ポリ(オキシエチレン)=ノニルフェニルエーテル	0.0	0.0
85	クロロジフルオロメタン(別名HCFC-22)	0.6	0.0	310	ホルムアルデヒド	0.0	0.0
95	クロロホルム	0.3	0.0	313	無水マレイン酸	0.0	0.0
96	クロロメタン(別名塩化メチル)	0.5	0.0	314	メタクリル酸	0.0	0.0
102	酢酸ビニル	0.0	0.0	318	メタクリル酸2-(ジメチルアミノ)エチル	0.0	0.0
145	ジクロロメタン(別名塩化メチレン)	0.2	0.0	320	メタクリル酸メチル	0.0	0.0
166	N,N-ジメチルドデシルアミン=N-オキシド	0.0	0.0	計		3.7	1.1
176	有機スズ化合物	0.0	0.0	179	ダイオキシン類(非意図的物質 単位:mg-TEQ/年)	84.4	4.7

主なPRTR法対象物質の大気排出量内訳

(単位:トン)

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度
ジクロロメタン	3.6	0.6	0.1	0.0	0.1	0.2
クロロメタン	50.1	46.9	6.0	0.6	0.5	0.5
トルエン	83.7	25.0	4.5	13.0	0.4	0.5
2-アミノエタノール	2.4	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	140.0	74.5	10.6	13.6	1.0	1.2

海外工場別環境負荷データ

2004年海外工場別環境負荷データ

(単位：トン)

社名	キミ花王	ドイツ花王化学	花王(スペイン)	花王フランス	花王スペシャルティーズ アメリカ
所在地	グアダハラ(メキシコ)	エメリッヒ(ドイツ)	バルセロナ(スペイン)	シンシナティ(米国)	ハイポイント(米国)
事業内容	界面活性剤、油脂誘導体の製造・販売	界面活性剤、油脂誘導体、コンクリート混和剤の製造・販売	トナー、香料、界面活性剤の製造・販売	スキンケア製品、ヘアケア製品の製造・販売	トナー、油脂誘導体の製造・販売
CO ₂ 排出量*1	12,900	12,200	60,000	20,700	18,600
廃棄物等の排出量	297	1,910	10,879	2,476	886
廃棄物等の最終処分量	279	0	1,786	1,793	885
SO _x 排出量	1	-	-	105	5
NO _x 排出量	6	-	181	35	10
COD排出量*2	7	533	259	-	-
BOD排出量*2	-	-	-	252	106

(単位：トン)

社名	中山花王化学	上海花王	上海花王化学	花王(台湾)	花王(ベトナム)
所在地	中山(中国)	上海(中国)	上海(中国)	新竹(台湾)	ビエンホア(ベトナム)
事業内容	ウレタン関連製品の製造・販売	洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品などの製造・販売	各種工業用界面活性剤の製造・販売	洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品、産業用化学製品などの製造・販売	洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品などの製造・販売
CO ₂ 排出量*1	1,600	6,500	6,500	10,200	1,100
廃棄物等の排出量	662	442	2,095	592	210
廃棄物等の最終処分量	7	0	0	195	15
SO _x 排出量	2	1	1	2	0.1
NO _x 排出量	1	3	2	2	0.1
COD排出量	0.4	2	1	7	2

(単位：トン)

社名	ピリピナス花王	泰国花王実業	ファティケミカル、花王ソープ、花王オレオケミカル、花王プラスチックサイザー	花王(インドネシア)	インドネシア花王化学
所在地	カガヤンテオロ(フィリピン)	サムットプラカン(タイ)	ベナン(マレーシア)	チカラ(インドネシア)	タンブ(インドネシア)
事業内容	ヤシ油を原料とする産業用化学製品、誘導体の製造・販売	洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品、産業用化学製品などの製造・販売	パーム核油を原料とする産業用化学製品、石けん、合成樹脂用ワックス、可塑剤の製造・販売	洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品などの製造・販売	各種工業用界面活性剤の製造・販売
CO ₂ 排出量*1	39,000	23,500	109,300	8,500	12,900
廃棄物等の排出量	356	2,985	4,426	736	453
廃棄物等の最終処分量	0	1,971	4,424	-	211
SO _x 排出量	30	153	62	5	20
NO _x 排出量	-	13	120	-	0.2
COD排出量	10	11	21	1	9

※1：CO₂排出量は日本の排出係数を用いて算出した値

※2：一次処理後自治体の排水処理場へ

国内工場別環境負荷データ

和歌山工場

〒640-8580 和歌山県和歌山市湊1334 TEL: 073-423-8151

敷地面積 425,000㎡

2004年度生産品目等 衣料用洗剤、柔軟仕上げ剤、衣料用漂白剤、台所用洗剤、台所用漂白剤、全身洗淨料、シャンプー・リンス・トリートメント、石けん、歯みがき、住居用洗剤、界面活性剤、油脂化学品などの生産、および基礎・商品化研究

(単位: トン)

項目	年度				
	2000	2001	2002	2003	2004
総生産量	755,387	733,964	778,295	787,309	792,743
温室効果ガス 排出量(CO ₂ 換算)	230,234	218,428	219,038	191,031	191,197
廃棄物等の発生量	59,950	54,750	59,367	59,351	60,962
廃棄物等の排出量	9,644	10,170	9,675	9,791	9,907
廃棄物等の最終処分量	3,009	3,027	2,014	2,066	1,709
SOx排出量	27	23	26	24	25
NOx排出量	286	287	335	284	251
COD排出量	79	70	66	64	64
ダイオキシン類排出量 (2004年度)					
政令番号	物質名	(単位)		大気	公共水域
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)		30.2	4.7

酒田工場

〒998-0064 山形県酒田市大浜2-1-18 TEL: 0234-34-5511

敷地面積 141,000㎡

2004年度生産品目等 バックシート、入浴剤などの生産

(単位: トン)

項目	年度				
	2000	2001	2002	2003	2004
総生産量	72,796	36,058	19,166	20,702	20,354
温室効果ガス 排出量(CO ₂ 換算)	22,365	14,100	8,654	8,750	9,799
廃棄物等の発生量	1,860	1,647	2,434	4,686	4,854
廃棄物等の排出量	1,860	1,647	1,409	1,800	1,069
廃棄物等の最終処分量	258	219	250	392	191
SOx排出量	43	26	5	5	7
NOx排出量	40	45	53	76	67
COD排出量	1	1>	1>	1>	1>
ダイオキシン類排出量 (2004年度)					
政令番号	物質名	(単位)		大気	公共水域
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)		54.2	0.1>

東京工場

〒131-8501 東京都墨田区文花2-1-3 TEL: 03-5630-9000

敷地面積 42,600㎡

2004年度生産品目等 洗顔料・メイク落とし、化粧品などの生産、および商品化研究

(単位: トン)

項目	年度				
	2000	2001	2002	2003	2004
総生産量	5,221	4,870	4,872	4,575	4,799
温室効果ガス 排出量(CO ₂ 換算)	12,956	12,286	12,760	11,619	12,606
廃棄物等の発生量	2,141	1,758	1,783	1,578	1,767
廃棄物等の排出量	2,141	1,757	1,783	1,578	1,767
廃棄物等の最終処分量	161	75	59	49	31
SOx排出量	1>	1>	1>	1>	1>
NOx排出量	1>	1>	1>	1>	1>
COD排出量	1>	1>	1>	1>	1>
ダイオキシン類排出量 (2004年度)					
政令番号	物質名	(単位)		大気	公共水域
	ダイオキシン類				
ダイオキシン類対策特別法に係る施設はありません					

COD排出量は公共下水道に排出しているため、下水処理場での除去率を加味しています。

川崎工場

〒210-0862 神奈川県川崎市川崎区浮島町1-2 TEL: 044-266-3231

敷地面積 101,000㎡

2004年度生産品目等 衣料用洗剤、柔軟仕上げ剤、衣料用漂白剤、台所用洗剤、台所用漂白剤、全身洗淨料、シャンプー・リンス・トリートメント、住居用洗剤などの生産

(単位: トン)

項目	年度				
	2000	2001	2002	2003	2004
総生産量	368,760	391,789	397,450	383,753	397,186
温室効果ガス 排出量(CO ₂ 換算)	64,806	72,677	76,445	68,376	71,116
廃棄物等の発生量	4,596	19,476	19,751	18,003	18,271
廃棄物等の排出量	4,560	19,438	5,495	4,176	3,584
廃棄物等の最終処分量	132	760	198	17	11
SOx排出量	1>	1>	1>	1>	1>
NOx排出量	13	17	23	18	22
COD排出量	4	3	2	2	2
ダイオキシン類排出量 (2004年度)					
政令番号	物質名	(単位)		大気	公共水域
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)		0.1>	0.1>

栃木工場

〒321-3497 栃木県芳賀郡市貝町大字赤羽2606 TEL: 0285-68-7000

敷地面積 186,000㎡

2004年度生産品目等 住居用紙製品、生理用品、ベビー用紙おむつ、大人用紙おむつ、香料などの生産、および基礎・商品化研究

(単位: トン)

項目	年度				
	2000	2001	2002	2003	2004
総生産量	63,153	54,991	55,150	51,071	55,925
温室効果ガス 排出量(CO ₂ 換算)	53,773	52,110	54,101	48,069	50,302
廃棄物等の発生量	8,075	7,670	8,161	7,242	7,328
廃棄物等の排出量	3,902	3,714	4,828	3,811	4,105
廃棄物等の最終処分量	256	184	75	125	10
SOx排出量	9	18	16	14	12
NOx排出量	300	344	437	418	435
COD排出量	1	2	1	1>	1>
ダイオキシン類排出量 (2004年度)					
政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域	
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)	0.1>	0.1>	

鹿島工場

〒314-0103 茨城県鹿島郡神栖町東深芝20 TEL: 0299-93-8311

敷地面積 340,000㎡

2004年度生産品目等 食用油、界面活性剤、油脂化学品などの生産

(単位: トン)

項目	年度				
	2000	2001	2002	2003	2004
総生産量	236,361	244,995	284,007	292,598	302,678
温室効果ガス 排出量(CO ₂ 換算)	108,853	112,210	113,330	107,425	112,981
廃棄物等の発生量	24,041	27,592	29,506	30,003	35,489
廃棄物等の排出量	3,734	4,686	4,538	4,895	7,645
廃棄物等の最終処分量	89	162	223	85	49
SOx排出量	14	14	21	7	10
NOx排出量	92	78	75	79	84
COD排出量	15	13	12	10	9
ダイオキシン類排出量 (2004年度)					
政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域	
	ダイオキシン類	(mg-TEQ)			

COD排出量は公共下水道に排出しているため、下水処理場での除去率を加味しています。

豊橋工場

〒441-8074 愛知県豊橋市明海町4-51 TEL: 0532-23-2711

敷地面積 314,000㎡

2004年度生産品目等 シャンプー・リンス・トリートメント、入浴剤、洗顔料・メイク落とし、制汗・デオドラント、男性化粧品、ヘアコスメ製品・ヘアブラシ、カラーリング剤、ハイジーンケア、ニベア花王製品などの生産

(単位: トン)

項目	年度				
	2000	2001	2002	2003	2004
総生産量	39,863	33,447	35,803	40,407	48,058
温室効果ガス 排出量(CO ₂ 換算)	9,441	9,273	9,542	9,906	10,757
廃棄物等の発生量	2,691	2,177	1,795	2,139	2,163
廃棄物等の排出量	2,691	2,177	1,609	2,111	2,163
廃棄物等の最終処分量	404	414	97	12	1
SOx排出量	1	2	1	2	2
NOx排出量	33	33	29	27	30
COD排出量	1>	1>	1>	1>	1>
ダイオキシン類排出量 (2004年度)					
政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域	
	ダイオキシン類	(mg-TEQ)			

ダイオキシン類対策特別法に係る施設はありません

愛媛サニタリープロダクツ(株)

〒793-0003 愛媛県西条市ひうち6-3 TEL: 0897-55-1888

敷地面積 47,800㎡

2004年度生産品目等 台所用紙製品、住居用紙製品、ペットケア、生理用品、ベビー用紙おむつ、軽失禁・介護用品などの生産

(単位: トン)

項目	年度				
	2000	2001	2002	2003	2004
総生産量	41,076	35,305	40,436	30,126	36,106
温室効果ガス 排出量(CO ₂ 換算)	24,768	23,738	23,621	20,237	23,217
廃棄物等の発生量	4,386	3,761	4,013	3,456	4,907
廃棄物等の排出量	1,225	970	1,360	1,010	1,546
廃棄物等の最終処分量	155	187	163	5	8
SOx排出量	5	5	1>	1>	1>
NOx排出量	152	84	5	4	6
COD排出量	-	-	-	-	-
ダイオキシン類排出量 (2004年度)					
政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域	
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)	0.1>	0.1>	

GRIガイドライン対照表

ビジョンと戦略		
1.1	ビジョンと戦略に関する声明	P.2-3, 16-17
1.2	最高経営責任者の声明	P.2-3
報告組織の概要		
組織概要		
2.1	報告組織の名称	P.1
2.2	主な製品やサービス	P.56
2.3	事業構造	P.56
2.4	主用部門、子会社等	P.56
2.5	事業所の所在国名	P.56
2.6	企業形態	P.1, 56
2.7	対象市場の特質	P.56-57
2.8	組織規模	P.56-57
2.9	ステークホルダーのリスト	P.26-27
報告書の範囲		
2.10	報告書に関する問合せ先	裏表紙
2.11	記載情報の報告期間	P.1
2.12	前回の報告書の発行日	P.1
2.13	報告組織・内容の範囲	P.1
2.14	前回の報告書以降の重大な変更	P.56
2.15	報告組織間での比較への重大な影響	重要な報告事例はなし
2.16	以前の報告書についての再報告事項	重要な変更点はなし
報告書の概要		
2.17	GRIガイドラインの適用	参考で使用
2.18	コストと効果の算出規準	P.60-61
2.19	適用測定手段の変更	P.15, 25, 50
2.20	報告の保証への方針と取り組み	表紙裏, P.69
2.21	第三者保証書	P.69
2.22	追加情報報告書の入手方法	P.1, 裏表紙
統治構造とマネジメントシステム		
構造と統治		
3.1	組織の統治構造	P.18
3.2	独立している取締役等の割合	P.18
3.3	取締役選任プロセス	P.18
3.4	取締役会レベルの監督プロセス	P.19
3.5	役員報酬と目標達成度との相関	P.18
3.6	組織構造と主務者	P.18, 24
3.7	組織の使命と価値の声明	P.16-17, 54-55, 59
3.8	株主による勧告・指導のメカニズム	P.19
ステークホルダーの参画		
3.9	主要ステークホルダーの定義	P.26-27
3.10	ステークホルダーとの協議手法	P.12-13, 26-41
3.11	協議から生じた情報の種類	P.12-13, 26-41
統括的方针およびマネジメントシステム		
3.13	予防的アプローチ・予防原則の採用	P.19, 22-25
3.14	参加・支持している憲章・原則・提唱	P.16-17, 55
3.15	会員となっている主な団体	P.56
3.16	上・下流での影響管理の方針とシステム	P.22-23, 28-29, 40, 48-49
3.17	間接的影響を管理する取り組み	
3.18	報告期間内の所在地・事業内容の変更	P.56
3.19	パフォーマンスに関わるプログラムと手順	P.15, 24-25
3.20	マネジメントシステムに関する認証状況	P.23-24, 59

経済的パフォーマンス指標		
顧客		
EC1	総売上上げ	P.57
EC2	市場の地域別内訳	P.57
供給業者		
EC3	全調達品の総コスト	AR
EC4	支払済契約割合	
従業員		
EC5	給与・給付金の地域別内訳	
投資家		
EC6	投資家への配当	P.41, AR
EC7	内部留保の増減	AR
公共部門		
EC8	支払税額の国別内訳	AR
EC9	助成金等の地域別内訳	
EC10	寄付額の内訳	P.58
環境パフォーマンス指標		
原材料		
EN1	種類別総物質使用量	P.43
EN2	原材料への再生材使用割合	
エネルギー		
EN3	直接的エネルギー使用量	P.43, 50
EN4	間接的エネルギー使用量	P.43
水		
EN5	水の総使用量	P.43, 63
生物多様性		
EN6	所有等する生物多様性の高い地域	
EN7	事業による生物多様性への影響	
放出物、排出物および廃棄物		
EN8	温室効果ガス	P.43, 50
EN9	オゾン層破壊物質	P.64
EN10	NOx, SOx, その他の大気放出	P.43, 52, 63, 65-67
EN11	廃棄物総量と内訳	P.51
EN12	排水種類別内訳	
EN13	化学物質、燃料の漏出	P.51(重大な排出なし)
製品とサービス		
EN14	主要製品の主な環境影響	P.7, 43, 46-47
EN15	使用後に再生利用可能な製品	P.46
法の遵守		
EN16	環境に関する違反	P.51
EN17	再生可能エネルギー	
輸送		
EN34	物流輸送に関する環境影響	P.43, 52
その他全般		
EN35	環境に対する支出内訳	P.60-61

社会的パフォーマンス指標		
雇用		
LA1	労働力の内訳	
LA2	雇用創出と離職	P.32
LA12	法定以上の福利厚生	P.33-34
労働/労使関係		
LA3	労働組合等の内訳	
LA4	組織運営上の変更情報提供等	
安全衛生		
LA5	労働災害等の記録・通知	P.34-35
LA6	合同安全衛生委員会の対象	P.27
LA7	疾病、病欠、欠勤、業務上の死亡	P.35
LA8	HIV/AIDSについて	
教育研修		
LA9	職位・職域別研修時間	
LA16	雇用適正維持、職務終了への対処	P.24-25, 32-33
LA17	技能管理または生涯学習	P.24-25, 32
多様性と機会		
LA10	機会均等	P.32-33
LA11	上級管理職等の内訳	
人権:方針とマネジメント		
HR1	業務上の人権問題	P.55
HR2	投資・調達の人権配慮	P.40
HR3	サプライチェーンでの人権管理	P.40
HR8	人権問題の従業員研修	P.55
差別対策		
HR4	業務上の差別撤廃	P.33, 54-55
組合結成と団体交渉の自由		
HR5	組合結成の自由	P.55
児童労働		
HR6	児童労働の撤廃	P.55
強制・義務労働		
HR7	強制・義務労働撤廃	P.55
懲罰慣行		
HR9	不服申し立て	P.20
HR10	報復防止措置	P.20-21
地域社会		
SO1	地域への影響管理	
SO4	社会、倫理、環境に関する表彰	P.11, 33, 38, 41
贈収賄と汚職		
SO2	贈収賄と汚職	P.55
政治献金		
SO3	政治的なロビー活動や献金	P.55
SO5	政党や政候補者への資金提供	-
競争と価格設定		
SO6	反トラストと独占禁止法令	-
SO7	不正競争行為防止	P.55
顧客の安全衛生		
PR1	顧客の安全衛生保護	P.22-23
PR4	上記の不適合	-
PR5	所轄機関への苦情件数	-
PR6	自主規範、製品ラベル、受賞	-
製品とサービス		
PR2	商品情報と品質表示	P.22-23
PR7	上記の不適合	-
PR8	顧客満足度	P.9, 28
広告		
PR9	広告に関する規準等	P.55
プライバシーの尊重		
PR3	消費者のプライバシー保護	P.21, 29

※この対照表は、GRIガイドラインの要求項目に関連する内容を記述したページを記したものであり、準拠していることを保証するものではありません。
 なお、青字はグローバルコンパクト10原則の対応項目、ARはアニュアルレポートに記載されている項目、-は記載すべき事例がない項目です。

第三者審査報告書

第三者審査報告書

平成 17 年 6 月 13 日

花 王 株 式 会 社
代表取締役 社長執行役員 尾崎 元規 殿

株式会社 トーマツ 環境品質研究所
代表取締役社長 古室正光

1. 審査の目的

当環境品質研究所は、花王株式会社 の責任において作成された同社の CSR レポート 2005 を日本公認会計士協会 で公表された経営研究調査会研究報告第 13 号「環境報告書保証業務指針（中間報告）」を参考に審査を行った。

当環境品質研究所の審査の目的は、主として同報告書において報告されている重要な情報の正確性について、実施した手続の範囲内において、独立した立場での意見を表明することである。

2. 審査の手続

当環境品質研究所は、CSR レポート 2005 について以下の審査手続を実施した。

(1) 掲載されている 2004 年度情報について、集計表とその基礎資料とのサンプリングによる照合及び担当者への質問等により、情報の集計とその計算方法の合理性・正確性を検討した。

(2) 掲載されている 2004 年度情報について、作成責任者・担当者に対する質問、関連する議事録・規程等の閲覧・照合、ISO 関連資料の閲覧・照合、工場往査、その他根拠資料となる内部資料及び外部資料で利用可能なデータと比較し検討した。

3. 結論

審査の結果、当環境品質研究所の意見は、次の通りである。

(1) CSR レポート 2005 に掲載されている 2004 年度情報は、花王株式会社及び報告書に掲載されているグループ企業の業務から出された情報を適切に集計したものである。

(2) CSR レポート 2005 に掲載されている 2004 年度情報は、当環境品質研究所が審査の間に入手した根拠資料と矛盾していない。

以 上

第三者審査実施手続の補足説明

ステップ1
審査計画策定

報告書掲載事項の確認
①情報の範囲
②情報の収集過程
③情報の集計方法
④情報の重要性の特定
審査事項・審査方法の決定

ステップ2
審査実施

事務局および担当者に対する審査の実施
事業所視察

ステップ3
審査報告

審査結果指摘（修正・提案）事項報告



ステップ4
最終版報告書チェック

ステップ3での指摘事項のフォローアップ



ステップ5
第三者審査報告書提出

第三者審査報告書の提出

【訪問事業所の補足説明】

1. 今回訪問した事業所
・茅場町事業場（本社）
・すみだ事業場
・和歌山工場
・酒田工場

2. 訪問事業所は、ローテーション計画に基づき実施している。今回訪問しなかった事業所については記録類の閲覧・照合を茅場町事業場（本社）で実施した。



<http://www.kao.co.jp/corp/>

花王株式会社

お問い合わせ：コーポレートコミュニケーション部門 CSR推進部
〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10
TEL：03-3660-7153 FAX：03-3660-7156
レポートの内容は花王のホームページにも掲載されています。
発行日：2005年7月

